A REVISTA DO SITE: MUSICAEMERCADO.ORG • MAIO E JUNHO DE 2024 | Nº 132 | ANO 22

MÚSICA&MERCADO

ÁUDIO PRO & ILUMINAÇÃO | INSTRUMENTOS M[illegible]RTAINMENT BUSINESS

SŌL I BLINDER É O PRIMEIRO EM UMA NOVA SÉRIE DA ELATION

SŌL I Blinder é o primeiro em uma nova série de blinders LED e soluções de efeitos da Elation que combinam tecnologia de ponta com engenhosidade artística. PÁG. 54

SEYMOUR DUNCAN ANUNCIA SET HUMBUCKER DE JOE BONAMASSA

O novo "The Blonde Dot" 1960 ES-335 Humbucker Set de Joe Bonamassa. PÁG. 56

SHURE INAUGURA SEGUNDA PLANTA DE FABRICAÇÃO NO MÉXICO

Membros da Shure viajaram para Juárez, no México, para inaugurar formalmente a segunda fábrica da Shure. PÁG. 22

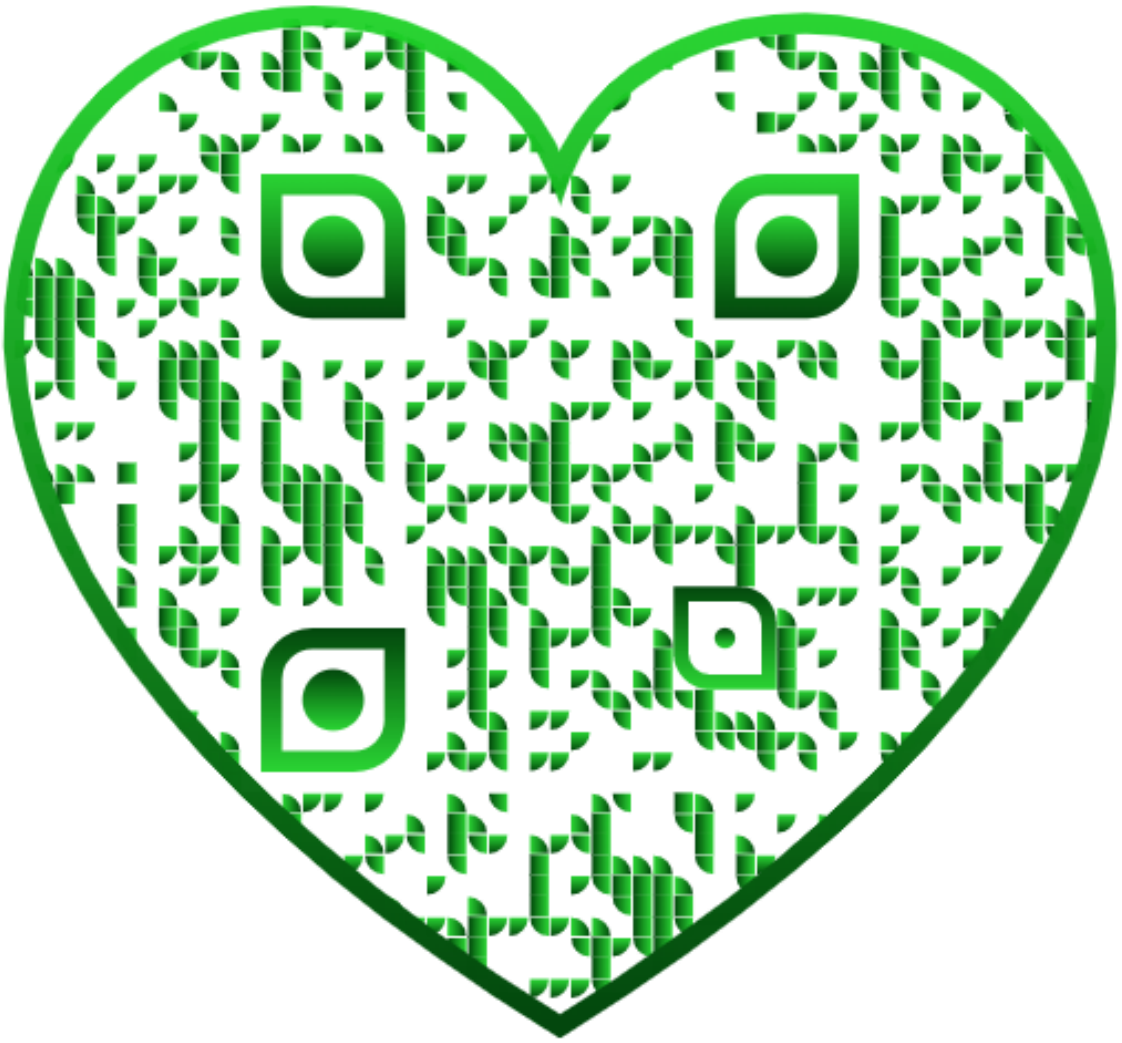
Silvio Tonelli, CEO da Integrity Management

INTEGRITY CRESCE COM WILLIAMS E ZOWAG

Integrity Management é o grupo detentor das marcas Williams Drumheads e Zowag Drums, e vem se posicionando forte no mercado brasileiro e internacional. Conheça mais a seguir. PÁG. 24

E AINDA: Genelec, Sennheiser, Neumann, Ayrton, Robert Juliat, D'Addario, Latin Percussion, Domene Cymbals e muito mais!

FEIRA SULAMERICANA DA MÚSICA
CONECTA+
MÚSICA&MERCADO 2024
29,30,31 e 1º
AGOSTO SETEMBRO



iNOVE
GESTÃO INTELIGENTE

CONJUNTO DE **SOFTWARES**
E **APPS** PARA GESTÃO EMPRESARIAL

Software de gestão **ERP** mais ágil, mais prático e mais inteligente

ERP

Transforme sua empresa em um diferencial competitivo no mercado, com uma gestão **ERP** eficiente e proativa com o **Vipsoft iNove**.

Com o **Vipsoft iNove**, você pode:

- Impulsionar vendas e garantir a tomada de decisões inteligentes com os módulos B.I e Vendas Mobile.
- Contar com um time de especialistas à sua disposição para tirar dúvidas do software e suas regras de negócio e fiscais.
- Emitir Nota Eletrônica de mercadorias e serviços, Cupom Fiscal Eletrônico (CF-e SAT), SPED Fiscal e Bloco K.

Leia o QR Code ao lado:
Solicite uma demonstração com um de nossos consultores e conheça as **vantagens** do Vipsoft iNove

iNOVE
GESTÃO INTELIGENTE

VIPSOFT Rua Otto Halter, 630 - Salto, SP - Térreo | Tel.: 11. 3393-7100 - contato@vipsoft.com.br | Acesse: **www.vipsoft.com.br**

ZEUS
Cymbals

HIHAT 16"
ZCHH16

Custom

A série Custom possui acabamento tradicional, com aparência fosca e leve martelamento. Isso faz com que a linha tenha uma sonoridade mais "Trash", ou seja, com muita vibração, criando harmônicos abundantes e deixando o som mais "sujo".

CRASH 20"
ZCC20

RIDE 24"
ZCR24

EVERY BEAT BECOMES MUSIC

Sonotec MUSIC & SOUND | MUSIMAX INTERNATIONAL

www.sonotec.com.br /sonotecbrasil

podcast
podcast
podcast
podcast
podcast

vocaster

Qualidade de estúdio em segundos.

Focusrite

DISTRIBUIDOR AUTORIZADO
ProShows

/focusrite.br
/proshows.oficial

(51) 3034.8100

proshows.com.br
proshows@proshows.com.br

audio-technica

Projetado para DJs

AT-LP140XP-BK

Toca-Discos profissional para DJ com acionamento direto

Este Toca-Discos com acionamento direto de alto torque vem com uma cápsula AT-XP3 DJ de alta potência e está equipado com recursos profissionais.

Disponibilidade Imediata

Distribuição:

KARIMEX

Produtos Consumer & Pro MI
www.karimex.com.br
contato@karimex.com.br
(11) 5189-1980

audio-technica

Ou entre em contato conosco
Audio-Technica do Brasil
info@audio-technica.com.br
www.audio-technica.com.br

EDITORIAL

STAFF

Diretor Geral
Daniel Neves
daniel@musicaemercado.org

Diretora de Redação
Paola Abregú
texto@musicaemercado.org

Diretor de Arte
Dawis Roos
design@musicaemercado.org

Departamento Comercial (Brasil)
Denise Azevedo
comercial@musicaemercado.org

Trade Marketing e Novos Negócios
Thiago Henrique Ferreira
trade@musicaemercado.org

Administração e Finanças
Rosângela Ferreira
adm@musicaemercado.org

Assinaturas
assinaturas@musicaemercado.org

Impressão e Acabamento
Edição 100% digital

Música & Mercado®
Caixa Postal: 2162
CEP: 04602-970
São Paulo / SP / Brasil

Autorizada a reprodução com a citação da *Música & Mercado*, edição e autor. *Música & Mercado* não é responsável pelo conteúdo e serviços prestados nos anúncios publicados.

Publicidade
Anuncie na
Música & Mercado
comercial@musicaemercado.org

Parcerias

Associados

DANIEL NEVES
CEO DA MÚSICA & MERCADO

"Você precisa acreditar em si mesmo e no que está fazendo. Se você está apenas fazendo isso pelo dinheiro, não vai funcionar."

— *Pharrell Williams**

**Pharrell Williams* é um renomado músico, produtor e empreendedor americano. Como membro do grupo The Neptunes, produziu hits para diversos artistas. É cofundador de marcas de moda como Billionaire Boys Club e i am OTHER. É influente no mercado da música e da moda.*

AMOR PELO QUE FAZEMOS

Muitas vezes, ao pensarmos em começar um novo negócio, logicamente pensamos no dinheiro. Mas no mercado da música, ouso dizer que a maioria de nós, não pensamos apenas nisso. Muitos de nós fazemos o que fazemos por amor.

Amor aos instrumentos, ao áudio, à iluminação... paixão pelas vendas, pela criação de música, pela educação musical, e por aí vai. Amor, paixão, persistência, inovação são só algumas palavras envolvidas no "nosso mundo". E muitas dessas palavras definem o trabalho que o Silvio Tonelli vem fazendo lá desde o começo na loja de instrumentos do pai dele. E hoje, através da Integrity, com duas marcas que estão crescendo muito: a Zowag e a Williams. Nesta edição, Silvio conta um pouco sobre a sua história, o trabalho de posicionamento e os planos da empresa. Não perca!

CONTATOS

Instrumentos
Benson ..... 51 3034 8100 proshows.com.br • 91
Strinberg ..... 18 3941 2022 sonotec.com.br • 93
Zeus Cymbals ..... 18 3941 2022 sonotec.com.br • 3

Outros
NAMM ..... namm.org • 85
Vip Soft ..... 11 3393 7100 vipsoft.com.br • 2

Acessórios
Focusrite ..... 51 3034 8100 proshows.com.br • 4
SG Strings ..... 11 3602 7100 izzomusical.com.br • 47
Williams Drumheads ..... 43 3037 1329 williams-drumheads.com • 89

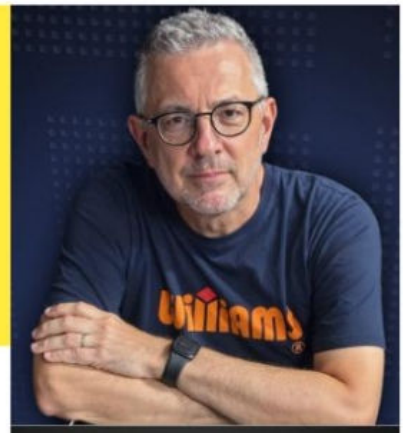
Amplificadores / Áudio Profissional
Audio-Technica ..... info@audio-technica.com.br • 5
DBR ..... 51 3034 8100 proshows.com.br • 41
MGA Pro Áudio ..... 11 2972 0172 mgaproaudio.com.br • 17
Shure ..... 11 3215 0186 br.shure.com • 94
Soundvoice ..... 38 3216 8685 gbmusical.com.br • 71
Verity Audio ..... +33 144 550 981 verityaudio.fr • 83

CONECTA+
TRANSAMERICA
EXPO CENTER
29 AGOSTO
1º SETEMBRO
2024

SUMÁRIO

24 CAPA INTEGRITY CRESCE COM WILLIAMS E ZOWAG

Integrity Management é o grupo detentor das marcas Williams Drumheads e Zowag Drums, e vem se posicionando forte no mercado brasileiro e internacional. Conheça mais a seguir.



14

52

72

78

MATÉRIAS

6 **EDITORIAL** Expediente e contatos

10 **ÁUDIO** Nova versão do software Genelec GLM 5

14 **EMPRESA** Sennheiser investe 7 milhões de euros na empresa sensiBel

16 **CAIXAS ACÚSTICAS** Soundvoice apresenta linha de caixas de som da Orion

18 **CORPORATIVO** Nova CEO da Neumann: Yasmine Riechers

20 **DRIVERS** Truvox 0615 da Celestion para uma variedade de aplicações

22 **INAUGURAÇÃO** Shure inaugura segunda planta de fabricação no México

38 **ILUMINAÇÃO** Kyalami e Nando 502, os novos da Ayrton

42 **SOFTWARE** Nova versão 2.0.0.4 do software grandMA3

44 **SOFTWARE** Versão 2024 do software Wysiwyg já está disponível

48 **ILUMINAÇÃO** ETC adiciona PAR jr à família de luzes ColorSource

50 **CONSOLE** Diamond 7 é o lançamento da Avolites

52 **CORPORATIVO** Robert Juliat tem novo seguidor Tristan e spot Ravel

54 **BLINDER LED** Söl | Blinder é o primeiro em uma nova série da Elation

56 **INSTRUMENTOS MUSICAIS** Seymour Duncan anuncia set humbucker de Joe Bonamassa

58 **ENCORDOAMENTO** Programa de reciclagem D'Addario, será para todos?

60 **GUITARRA** Nova Dean Guitars USA Zero Pickguard Gloss Natural

62 **INOVAÇÃO** Handpan: 5 coisas para saber sobre esse particular instrumento

66 **ANIVERSÁRIO** Latin Percussion comemora 60 anos com sua coleção LP60

68 **LANÇAMENTO** Córdoba apresenta guitarra eletro-acústica Stage Black Burst

70 **GUITARRA** Next é a nova linha de guitarras da Strinberg

72 **PRATOS** Domene Cymbals lança linha de pratos com Cuca Teixeira

74 **FEIRAS** ProLight+Sound 2024 contou com mais de 24 mil visitantes

78 **MERCADO** Arcos clássicos: o dilema da madeira de Pernambuco, um chamado à responsabilidade e à unidade global

82 **ESTRATÉGIA** A relevância dos estandes em feiras internacionais na era digital

86 **DICAS PARA LOJAS** Como o atendimento pode redefinir o varejo

90 **PRODUTOS** Lançamentos e novidades das empresas

FEIRA DA MÚSICA E CONGRESSO

CONECTA+

MERCADO

GARANTA JÁ O SEU INGRESSO

O MAIOR EVENTO DE EXPERIÊNCIA PARA QUEM FAZ E VIVE DA MÚSICA

EQUIPAMENTOS (ÁUDIO, LED, LUZ E INSTRUMENTOS MUSICAIS), GRAVADORAS, AGÊNCIAS E EMPRESÁRIOS ARTÍSTICOS, MARKETING MUSICAL E MUITO MAIS!

TRANSAMÉRICA EXPO CENTER

AV. DR. MÁRIO VILAS BOAS RODRIGUES, 387 - SANTO AMARO – SÃO PAULO, SP, BRASIL

29,30,31 e 1º

AGOSTO SETEMBRO

QUINTA-FEIRA A DOMINGO

WWW.CONECTAMUSICA.COM.BR

REALIZAÇÃO MÚSICA & MERCADO

APOIO anafima

Nova versão do software Genelec GLM 5

A versão mais recente do premiado software de calibração da Genelec agora oferece suporte para 9320A, 8381A e 9401A e inclui uma variedade de melhorias, correções de bugs e atualizações de firmware.

Totalmente integrado ao avançado circuito DSP interno dos monitores e subwoofers SAM, o software GLM 5 fácil de usar permite gerenciar de forma abrangente o comportamento do monitor. Primeiro, o software utiliza um dos dispositivos controladores GLM (com microfone de referência incluído) para analisar o seu ambiente acústico. Então, em questão de momentos, o algoritmo AutoCal 2 do GLM 5 otimiza cada monitor para nível, atraso de distância, fase de crossover do subwoofer e equalização de resposta da sala, proporcionando uma resposta de frequência plana e uma experiência de audição neutra. Depois disso, se necessário, a seleção de ferramentas de ajuste fino do GLM 5 lte permite ajustar a cor do som ao seu gosto pessoal.

O GLM 5 calibra sistemas de monitoramento SAM de qualquer tamanho, desde as maiores configurações imersivas até sistemas compactos de campo ultrapróximo. Suas funções Calibration Group ID e Subwoofer Group ID facilitam o gerenciamento de grupos de monitores e subwoofers, facilitando a criação e calibração de vários layouts em um único sistema.

O GRADE Room Acoustic Reporting permite que o GLM 5 forneça uma análise completa do desempenho da sala e do sistema de monitoramento, para que você possa entender sua sala, avaliar melhorias físicas e otimizar totalmente seu estúdio. Dicas básicas estão incluídas para quem deseja experimentar atualizações simples, e os dados detalhados fornecem amplas informações para engenheiros acústicos profissionais concluirem o trabalho. O relatório, que pode ser acessado 12 vezes gratuitamente, fornece observações e conselhos específicos relacionados ao uso de tratamento acústico, ajuste da posição do monitor e do ouvinte, otimização do gerenciamento de graves e seguimento de recomendações ITU-R BS.1116.

Controle total

A otimização total é apenas o começo, o GLM 5 também é um poderoso controlador de monitor, permitindo alternar entre layouts de monitoramento, manter controle preciso dos níveis de audição, economizar energia com gerenciamento inteligente de energia em todo o sistema e muito mais.

Criada em conjunto com o aclamado designer industrial Harri Koskinen, a interface de usuário hexagonal intuitiva do GLM agrada aos olhos com uma estética limpa e atraente que evolui e se expande naturalmente com o seu sistema. Com uma escolha de 10 idiomas e temas de cores claras e escuras, o GLM 5 oferece uma interface de usuário fácil de usar e altamente personalizável.

A compatibilidade MIDI remota oferece um sistema rápido e fluido e uma experiência de controle de monitor com qualquer controlador habilitado para MIDI, fornecendo comando de toque externo das principais funções do GLM, incluindo nível de volume de reprodução e ativação de mudo, predefinições de volume, gerenciamento de grupos de graves e monitores, e é novo para GLM. 5, controle 'Mute' e 'Dim' em todo o sistema. Quer você seja um novo usuário do GLM ou um usuário existente que deseja atualizar para a versão mais recente, o GLM 5 pode ser baixado gratuitamente em MyGenelec.

Compatibilidade de longo prazo

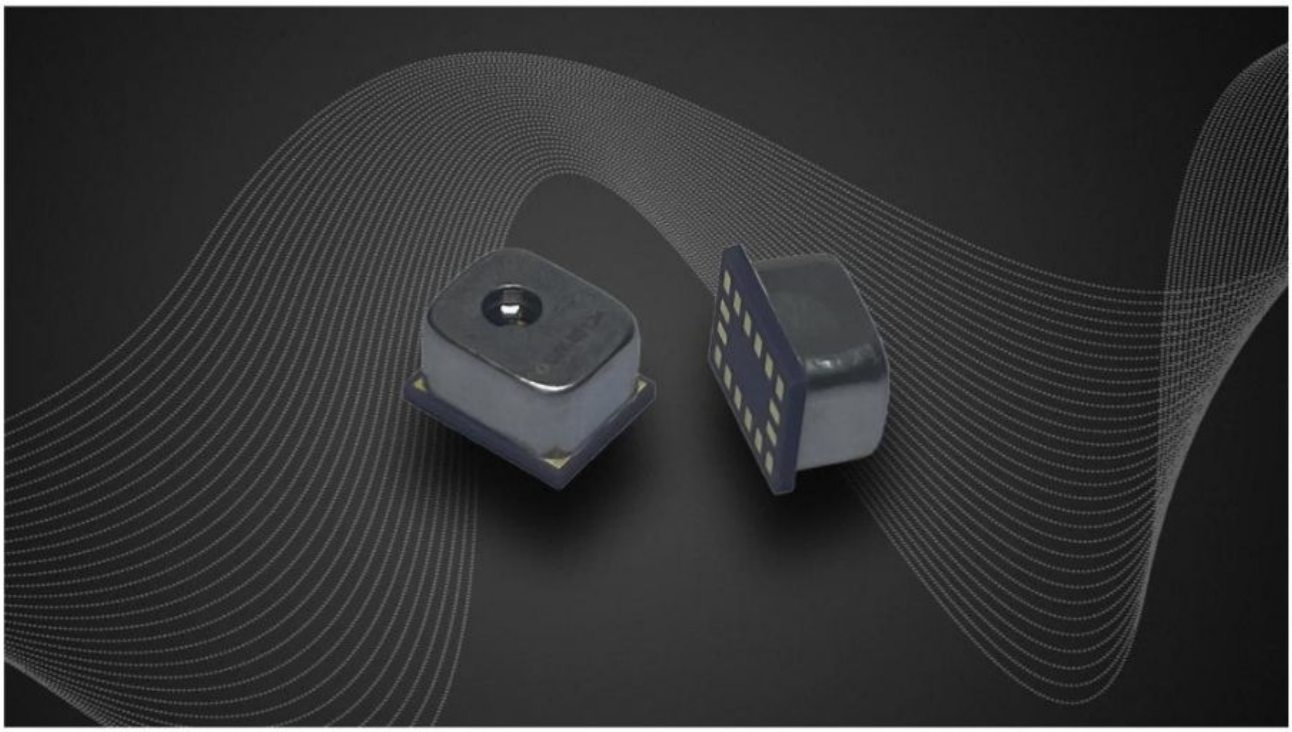
O GLM 5 é compatível com todos os monitores, subwoofers e sistemas de woofer SAM fabricados desde 2006. Consulte a tabela a seguir para obter a lista completa de equipamentos de monitoramento SAM compatíveis.

- **Monitores SAM:** 8240A, 8250A, 8260A, 8320A, 8330A, 8340A, 8350A, 8331A, 8341A, 8351A, 8351B, 8361A, sistema de woofer W371 e 8430A.
- **Monitores principais SAM:** 8381A, 1032C, S360A, 1237A, 1238A, 1238AC, 1238CF, 1238DF, 1234A, 1234AC, 1235A e 1236A.
- **Sistema SE:** 8130A quando utilizado com o subwoofer SE7261A (sistema SE).
- **Subwoofers SAM:** SE7261A, 7260A, 7270A, 7271A, 7350A, 7360A, 7370A, 7380A y 7382A.

Outros aparelhos SAM: interface AES/EBU 9301A, conjunto de calibração GLM 8300-416, dispositivo de gerenciamento de sistema 9401A para redes de áudio sobre IP e controlador de referência SAMTM 9320A. ■

CONECTA+
29 AGOSTO A 1º DE SETEMBRO
ROCK
TRANSAMERICA EXPO CENTER
2024

Sennheiser investe 7 milhões de euros na empresa sensiBel



A sensiBel é pioneira na fabricação em escala de microfones ópticos MEMS, para capturar som com apenas alguns milímetros de tamanho.

A Sennheiser, juntamente com outros parceiros, investirá 7 milhões de euros na empresa norueguesa sensiBel. A empresa desenvolveu microfones ópticos MEMS que demonstram qualidade de som de primeira classe, apesar de seu tamanho diminuto. Os microfones miniatura permitem uma experiência

completamente nova e aprimorada em áreas de aplicação como eletrônicos de consumo, automotivo, soluções de conferência e dispositivos médicos.

Construir constantemente o futuro do mundo do áudio e criar experiências sonoras excepcionais é a aspiração que impulsiona o Grupo Sennheiser. Para tal, a empresa familiar está a expandir ainda mais a sua forte posição como fornecedora de soluções de áudio profissionais.

"Queremos crescer de forma sustentável como empresa. Além dos investimentos em nossos negócios atuais, isso também inclui investimentos em campos futuros promissores fora de nossa empresa, desde que estejam bem alinhados com nossa empresa e nossa visão", explica Daniel Sennheiser, Co-CEO. Andreas Sennheiser acrescenta: "A inovadora tecnologia MEMS óptica da sensiBel é claramente este tipo de campo emergente promissor. Como investidores, esperamos impulsionar ativamente este desenvolvimento pioneiro."

A SensiBel desenvolveu um microfone miniatura com tecnologia óptica que permite uma mudança geracional no desempenho do microfone MEMS, que já está sendo testado pelos principais clientes. "A SensiBel compartilha a mesma visão da Sennheiser e estamos orgulhosos de receber a Sennheiser como investidora", disse o CEO da sensiBel, Sverre Dale Moen. Ele continua: "Acreditamos que o investimento de uma empresa de áudio tão conhecida fala dos méritos da tecnologia e do potencial da tecnologia MEMS óptica para moldar o futuro dos microfones em miniatura".

O diferencial da tecnologia exclusiva da sensiBel é o uso de ondas de luz para medir o movimento do diafragma. Em vez disso, os microfones MEMS convencionais medem um campo elétrico entre o diafragma móvel e uma placa traseira.

Porém, no sistema óptico sensiBel, um laser gera feixes de luz que são projetados na membrana do microfone e refletidos por um fotodetector. Os feixes refletidos são capturados e processados em um circuito integrado de aplicação específica (ASIC) com interface de dados de saída digital. Ao contrário do método convencional, esta nova tecnologia permite medir movimentos muito pequenos e, portanto, captar níveis de ruído muito baixos, mesmo quando existe um nível elevado de ruído de fundo. Além disso, o microfone óptico MEMS pode suportar altos níveis de pressão sonora, proporcionando grande faixa dinâmica aos usuários.

Como resultado, os microfones geram qualidade de som significativamente melhor do que as soluções MEMS anteriores do mercado, com especificação de SNR de 80 dBA (piso de ruído de 14 dBA), faixa dinâmica de 132 dB, saída digital de 24 bits e com baixo consumo de energia, sendo igualmente compacto. ■

Soundvoice traz novidades em mesas de som profissional

As mesas Soundvoice, que transformaram o mercado do áudio brasileiro, tem novos modelos disponíveis.

Na Soundvoice, inovação e paixão são palavras-chave. Desde o início, a marca buscou estabelecer padrões de qualidade em seus produtos, e, hoje, oferece uma linha completa de mesas compactas, amplificadas, profissionais e digitais. Não apenas seguindo, mas criando tendências.

O portfólio disponível de mesas de som proporciona um desempenho superior em cada canal, sendo cada modelo projetado para entregar áudio cristalino, eliminando ruídos indesejados.

Seja você um engenheiro de som experiente ou entusiasta, as mesas da Soundvoice estão equipadas com controles ergonômicos e recursos de última geração, oferecendo a flexibilidade necessária para criar as mixagens desejadas.

O que está chegando ao mercado?

A Soundvoice está apresentando uma linha completa de mesas de som profissional, com os novos modelos MP-126, MP-166, MP-206, MP-246 e MP-326.

- De 12 a 32 canais Mono XLR e de Linha P10;
- Equalização de 3 vias (Grave, Médio e Agudo) por canal;
- 6 Auxiliares; 99 Efeitos; Efeitos 24 bits; Processador de efeitos com tela de LCD;
- Equalizador gráfico duplo de 7 bandas
- Entrada USB com display digital;
- Gravação e reprodução direta em USB; Interface de áudio;
- Função Bluetooth; LEDs indicadores de pico;
- Phantom Power +48V; Bivolt.

Quer fazer parte da maior comunidade de áudio do Brasil? Então fique por dentro dos conteúdos exclusivos, lançamentos de primeira mão e participe de premiações semanais na Academia GB Musical. Inscreva-se através do QR Code e faça parte da comunidade. ■

ESCANEIE AQUI

Novo kit de baixo custo para linhas de entrada

MGA PRO AUDIO

US-44A
Distribuidor de sinal e energia para microfones sem fio UHF true diversity, este equipamento foi desenvolvido para trabalhar com múltiplas marcas simultâneas.

Antena-A5
Antena direcional com excelente rejeição traseira melhora a performance dos receptores de microfones.

Acompanha 8 cabos de 50cm, 2 cabos de 3 metros e acessórios para fixar no rack

(11) 93072-6815
(11) 2972-0172
mgaproaudio.com.br
@mgaproaudio
contato@mgaproaudio.com.br
MGAProAudio

Nova CEO da Neumann: Yasmine Riechers

Yasmine Riechers assume como CEO da Georg Neumann GmbH, uma subsidiária do grupo Sennheiser.

Na sua nova função, Yasmine Riechers sucederá Ralf Oehl e será responsável por expandir ainda mais os negócios globais da Georg Neumann e conduzir a direção estratégica da empresa.

"Estamos muito satisfeitos que Yasmine assumirá a liderança da Georg Neumann GmbH com efeito imediato. Juntamente com a equipe de gestão da Neumann, Yasmine será responsável pelo foco e pela direção estratégica futura da Neumann", disse Andreas Sennheiser, co-CEO da Sennheiser. "Yasmine traz uma forte combinação de pensamento estratégico e experiência internacional que ajudará a Neumann a continuar a crescer e a fortalecer a presença global da marca de renome mundial", acrescenta Daniel Sennheiser, co-CEO da Sennheiser.

Yasmine Riechers assumirá seu novo cargo com efeito imediato. Mais recentemente, como parte do Conselho de Administração Ampliado do Grupo Sennheiser, chefiou o Escritório de Desenvolvimento Corporativo da empresa familiar. Antes disso, ela trabalhou na Sennheiser Greater China como Diretora de Operações e mais tarde como Country Manager. Iniciou sua carreira em Recursos Humanos na Sennheiser em 2008, antes de ingressar na Vier S Beteiligungsgesellschaft como Gerente de Projetos e depois passar para a BR Science and Technology como Gerente Geral e também Gerente Geral da Divisão de Transformadores de Tração da Siemens Transformer na China. Yasmine Riechers retornou ao Grupo Sennheiser em 2015. Ela estudou economia na Universidade de Paderborn e passou um semestre no exterior na Nottingham Trent University durante seus estudos. Yasmine continuou seus estudos na Universidade de Birmingham, graduando-se em 2011 com mestrado em negócios internacionais.

"Neumann tem uma excelente reputação na indústria de áudio profissional. Tenho orgulho de liderar uma empresa com uma história tão impressionante no futuro", enfatiza Riechers. "Estou ansiosa por minha nova função, especialmente por trabalhar com toda a equipe da Neumann e nossos clientes em todo o mundo." ■

Truvox 0615 da Celestion para uma variedade de aplicações

A Celestion apresenta o Truvox 0615, um novo driver de graves médios de 6" focado em oferecer qualidade a um preço acessível para uma ampla variedade de casos de uso.

As aplicações em que o Truvox 0615 se destaca incluem a substituição de alto-falantes de seis polegadas em instalações fixas de PA, o uso de OEM na construção de novas caixas fixas ou portáteis, a atualização de alto-falantes de fábrica para automóveis ou praticamente qualquer situação em que um alto-falante compacto e leve deva funcionar no faixa de médios graves, ou mesmo funções primárias de woofer. Como o Truvox 0615 da Celestion foi projetado para dimensões de montagem padrão da indústria, a substituição em caixas de PA, automóveis, amplificadores de baixo, montagens embutidas na parede e outros destinos é uma operação de encaixe que restaura a clareza e a potência de sistemas que funcionam duro, mas "estão cansados".

O Truvox 0615 cabe como woofer principal em caixas de duas vias ou como elemento de médios, graves e médios em sistemas de três vias. Também é uma opção para montagem em portas de automóveis, pois muitos veículos compartilham suas especificações de montagem. A impedância de 8 ohms garante a mais ampla compatibilidade possível com amplificadores de potência, sejam eles externos ou integrados em um design de caixa ativa. Suporta 300 W de potência contínua, mas graças à sua sensibilidade de 93 dB, ainda reproduz som de forma eficiente quando oferece uma alocação de potência mais modesta.

Uma cesta de aço prensado maximiza a transferência de energia, mantendo-a leve, pesando apenas 1,6 kg (3,5 libras). O ímã de ferrite, a bobina redonda de cobre de 1,5 polegadas, o cone carregado com Kevlar e o cone surround de rolo duplo em forma de M trabalham juntos neste modelo. Uma ventilação localizada centralmente auxilia no resfriamento e juntas dianteiras e traseiras estão incluídas para fácil montagem.

Este é o primeiro membro de uma nova família de produtos que se baseia na longa tradição da Celestion. Truvox era uma marca conhecida por seus alto-falantes para PA em meados do século 20 e, em 1949, comprou a empresa então conhecida como Rola Celestion. Assim, a marca Celestion adicionou uma vasta gama de drivers de PA à sua gama. A empresa expandirá a linha Truvox ao longo de 2024 para incluir os tamanhos 8", 10", 12" e 15". www.celestion.com ■

Shure inaugura segunda planta de fabricação no México

Os membros do Conselho de Administração e da Equipe Executiva da Shure viajaram para Juárez, no México, para inaugurar formalmente a segunda fábrica da Shure.

Na década de 1980, o fundador S.N. Shure escolheu pessoalmente a cidade de Juárez como o local da primeira fábrica da Shure no México. A produção começou em 1º de outubro de 1984, com apenas dez Colaboradores em um prédio alugado. A Shure transferiu suas operações para uma nova instalação própria da Shure em 1990. Em 2004, a Shure expandiu o espaço da fábrica para mais de 4.500 m2. A expansão continuou para 6.400 m2 em 2006.Con el crecimiento continuo de la compañía, finalmente llegó el momento de abrir una segunda unidad. Com o crescimento contínuo, finalmente chegou a hora de abrir uma segunda unidade. Esta nova instalação permite uma capacidade ainda maior de fabricação de produtos. Mais de 130 colaboradores das duas unidades se reuniram para compartilhar esse momento especial.

A inauguração

A cerimônia começou com uma apresentação de Monse Luna, Gerente de RH de Juárez. A Presidente e CEO da Shure, Chris Schyvinck, e o Gerente da Fábrica de Juárez, Juventino Herrera, fizeram um discurso de boas-vindas e uma breve apresentação geral do projeto. Jamie Griffin, Vice-Presidente Sênior e Diretor de Supply Chain, enfatizou a importância dessa instalação e seu impacto na empresa e na região. "Temos uma longa e bem-sucedida história aqui e queremos continuar a alavancar esse legado ao mesmo tempo em que apoiamos os nossos clientes", disse Griffin. "A equipe em Juárez é uma parte incrivelmente importante da família Shure e, com a adição desta nova instalação, a história da Shure continuará aqui por muitos anos."

Na próxima década, o crescimento da nova instalação deve adicionar até 500 novos colaboradores. "Ao expandir a nossa presença em Juárez, podemos melhorar a nossa cadeia global de suprimentos, garantindo que nossos produtos cheguem às mãos de nossos valiosos clientes de forma rápida e ininterrupta", disse Schyvinck. "Essa capacidade adicional de fabricação nos permitirá atender às crescentes demandas de nossos clientes, não importa onde eles estejam localizados."

O lendário microfone Shure SM58 é fabricado em Juárez, bem como as linhas Microflex e Beta da Shure, o icônico 55SH e muitos produtos sem fio como o ULX-D, QLX-D, Axient Digital e muito mais. ■

Integrity cresce com Williams e Zowag

Integrity Management é o grupo detentor das marcas Williams Drumheads e Zowag Drums, e vem se posicionando forte no mercado brasileiro e internacional. Conheça mais a seguir.

Talvez o nome Integrity não seja familiar para muitos, mas se dissermos Silvio Tonelli, todo mundo perceberá sobre o que ou quem estamos falando. Silvio tem uma carreira de mais de 35 anos, sempre relacionado com o mercado de instrumentos, começando a trabalhar na loja do seu pai.

"Em 1988, comecei no balcão da loja. Limpava o estoque e foi lá que comecei a aprender sobre os produtos. Eu tocava numa banda de rock adolescente, gostava muito de música, mas nunca toquei bem nenhum instrumento! Porém, gostava de pesquisar e comprava todas as revistas da época, pois não havia Internet e tínhamos que pedir para a melhor banca da cidade trazer as revistas do exterior. Então, a gente esperava a Guitar Player, Modern Drummer, esperava as revistas de estúdios para ver os equipamentos. Aliás, na minha juventude, tive dois estúdios de gravação em sociedade com um grande amigo. Amava tudo isso. Quando eu cheguei na loja do meu pai, eu tive a oportunidade de 'fazer dinheiro com o que gostava'", começou contando Silvio.

A partir daí, ele nunca parou. Na loja do pai, ele se familiarizou com as marcas internacionais, que nem sempre estavam disponíveis no Brasil: "O mercado era fechado, mas a gente comprava e vendia o que dava". Mas uma coisa era certa: sua paixão pela bateria. "Tínhamos marcas como Gope, Rockstar, Saema, as excelentes peles da RMV que me inspiraram na época. A RMV produzia peles fantásticas".

Em 1992 chegou o Governo Collor e com ele, as importações, abrindo mais oportunidades de vendas para a loja do pai de Silvio e as marcas com as que trabalhava.

Em 1999, ele decide sair do varejo e passar para a área de importação. "Começamos com instrumentos de sopro e depois, em 2005, a importar as baterias da Planet, trabalhando com a minha irmã. Alguns anos depois, a Prime. Em 2014, comecei com o meu próprio negócio".

Visitando feiras internacionais como Musikmesse e Music China, Silvio começou a perceber e conhecer muitos detalhes de fabricação das grandes marcas e onde eram

feitos seus produtos. "A Yamaha produz ali, a Pearl produz ali, fulano produz ali, eu vou fabricar aqui! Foi aí que eu conheci o meu grande amigo Danny Deng, que fabricava a Prime e hoje ele é meu parceiro de Williams e Zowag, e ele começou a me ajudar. Ele disse: 'Olha, Silvio, você não pode fazer isso. Tem que fazer aquilo. Vou te explicar o que é OEM e o que é marca. O cara vem aqui na minha fábrica, eu uso uma peça para todas as marcas. Então, isso é OEM. Você só vem aqui, carimba sua marca na caixa e pronto. Agora, quando você vem e projeta peças exclusivas, paga pelos moldes, tem sua marca registrada, então você é uma marca'. E é isso que fazemos hoje com a Zowag. Não é OEM, a fábrica da Zowag só produz para a Zowag. Todas as peças são desenhadas para a Zowag e são gravadas no metal com o nome Zowag. Temos um projeto de marca global para os próximos 10 anos", contou.

Então, poderíamos dizer que estudar e pesquisar sobre o mercado foi importante?
Absolutamente! É indispensável! Visitar as fábricas ajuda muito também. Conheci as fábricas da Ludwig, da Gretsch, da DW, da PDP, todas na China, mas não era para copiar. Apenas para conhecer. Para que aquilo ficasse gravado e eu pudesse ter mais conhecimento. Eu acho que hoje, mais do que ter dinheiro, ter conhecimento é muito importante. Foi daí que fui tirando as ideias, os projetos, o contexto, e criando os meus próprios produtos.

Em 2012, eu tive uma experiência importante com uma empresa alemã, que me convidou para um período de treinamento com eles. Isto me ajudou a desenvolver o meu próprio negócio, com a Noah e agora a Noah foi adquirida pela Zowag, que é uma marca do grupo que nós criamos junto com meu parceiro chinês. Este investimento deles na Noah, abrangeu a Williams também. Então, eu criei a Integrity para administrar todas essas marcas, já que a Williams possui peles, baquetas e percussão latina.

A Integrity realiza vendas também?
Então, o grupo Integrity nasceu no Brasil, mas as vendas aqui não são feitas diretamente por nós. O modelo é outro: as vendas no atacado no Brasil são de exclusividade da distribuidora Ougo, com cujos proprietários, a família de Alicya e Yago Ougo, tenho uma longa história, baseada na lealdade absoluta!

Desde a criação das marcas, em 2014, eu decidi sair do atacado e firmar meus pés da indústria, assim, minha experiência no segmento musical passou pelo varejo, im-

Centro de distribuição da Zowag e da Williams

portação, distribuição e agora, na fabricação. Então, no Brasil principalmente, desenvolvemos um trabalho constante de criar demanda. É um trabalho inverso. Eu não invisto em dar desconto para meu cliente vender mais barato, eu invisto em fazer com que mais consumidores conheçam a marca e a comprem.

Tem baterias Zowag, peles e acessórios Williams...

Isso. A Williams tem peles, que são bem fortes no Brasil, e também estamos comercializando para outros 15 países. Temos as baquetas, que também estão indo por um bom caminho. E temos agora a percussão latina, que começou muito bem e está chegando ao Brasil em julho. Temos também uma série de acessórios, sempre para bateria e percussão, nunca saímos dessa linha do segmento musical. É nisto que acredito. Quer produzir algo? Seja focado e específico.

As peles da Williams realmente pegaram muito bem no Brasil. A Ougo Importação está fazendo um ótimo trabalho. Estamos em um momento em que temos que tomar muito cuidado. Os olhos do mercado estão voltados para nós e, provavelmente, mais marcas irão acelerar seus projetos, desenvolver produtos, baixar os preços, etc... Mas estaremos preparados. Nem todas conseguirão desenvolver o mesmo trabalho.

Não todas podem fazer a mesma coisa então qual o diferencial dos produtos que vocês estão disponibilizando no mercado?

Vou passar rapidamente pela história da Williams. Ela nasceu primeiramente desse treinamento que eu fui fazer na Alemanha em 2012. Quando eu cheguei lá, eles estavam vivendo aquela crise que havia começado nos EUA em 2008 e tinha chegado na Europa em 2012/2013. Estavam apavorados com o segmento musical parado na Europa. Um dos responsáveis da empresa, falando no telefone, deixou escapulir na minha frente "Nossa, aquela marca de peles A nos salvou de novo". Eu fiquei pensando: como é que uma marca de peles vai salvar uma empresa de 250 milhões de dólares em vendas? Aquilo ficou na minha mente. Os anos passaram. Em 2016, eu estava na minha igreja, em um ensaio, e a pele do bumbo rebentou. Fui comprar uma pele simples e barata para aquele bumbo, no dia seguinte. Tinha que ser uma pele de entrada, para ensaio, mas em todas as lojas que visitei só tinha peles de 300 a 400 reais. Eu pensei: tem espaço para uma nova marca. Eu vou criar uma. Logo me lembrei da marca A ter salvo aquela grande companhia e percebi que seria um negócio lucrativo. Como ela deve ser? Bonita, bem desenhada, com certo carinho, critério, moderna. Tem que ter qualidade. Eu preciso achar uma fábrica competente na China que tenha qualidade, tenha preço e que seja abaixo de toda as que eu conheço para poder entrar no mercado. Quando fui para a China já tinha conhecimento de todas as fábricas de bateria, percussão e acessórios de lá. Fui na primeira fábrica e trouxemos o primeiro lote. Fui aprimorando, desenvolvendo, criando. Chamei uma equipe de design, de desenvolvimento. Chamei uma equipe de bateristas para me ajudar a testar e, assim, nasceu a marca. Então, qual é o nosso diferencial? A Williams entrou em um lugar específico, em uma hora específica, para um público específico que não tinha onde comprar uma pele legal a um bom preço e que ele tivesse orgulho de usar. A marca foi criada e planejada para ser uma marca de objeto de desejo dos bateristas e está dando certo!

Pouco tempo depois de criar sua empresa, começou a pandemia. Como isso afetou o negócio?

Na verdade, desde os primeiros anos, o Brasil sempre foi meu maior cliente. Hoje o Brasil tem 60% dos meus negócios. E na época, quando chegou a pandemia, as importações para o Brasil sustentavam a minha companhia. Como é que aconteceu? Surpreendentemente, a pandemia foi ótima para nossos negócios, porque vimos

Alexandre Aposan, o mais recente artista da Williams

que o consumo de peles de bateria, para público com nível de renda menor, cresceu. Porque as pessoas não compravam baterias, mas reformavam a bateria que já tinham. Os cultos das igrejas continuavam ou aumentavam com transmissão on-line. As pessoas precisavam tocar e transmitir os cultos, muitas igrejas aumentaram o número de cultos, então foi uma época em que o mercado evangélico cresceu muito para nós e o consumo de peles também.

Além disso, muitas pessoas que tinham uma bateria abandonada em casa, não tinham o que fazer, acabaram reformando e comprando peles on-line. Então, na pandemia, para nós foi bom. O único problema foi que, em um determinado momento, a China não pôde produzir, por estar com problemas por lá. Então, tivemos que organizar as operações. Foi quando eu me associei ao Danny e esta associação me permitiu organizar e estruturar a companhia. Juntos investimos em modernizar as operação da Williams, com três unidades de produção e um centro de distribuição junto com a fábrica da Zowag, em Hebei, na China. Atualmente estamos estocando alguns produtos e estamos bem organizados. Logo depois da pandemia, estávamos prontos para decolar e isso está acontecendo agora!

Fale um pouco sobre os preços dos seus produtos, especialmente dos disponíveis no Brasil.
No primeiro momento, a gente teve que vender no preço que dava. Eu ainda não tinha uma noção de onde a Williams chegaria. Então, vendíamos no preço mínimo que a gente podia. Acontece que você vai observando o mercado e nem sempre o preço faz a sua marca. Fomos agregando valores ao produto, como grandes bateristas. Por exemplo, quando trouxemos o Alexandre Fininho primeiro, Walter Lopes segundo, e depois Igor Willcox, Ébano Santos, Josivaldo Santos, agora Jean Gardinalli, muitos outros bons bateristas e por fim Alexandre Aposan. Isso agrega valor, então o mercado parou de olhar para o preço da Williams e começou a questionar por que esses caras estão tocando com a Williams. Eles estão sendo pagos ou eles tocam porque a pele tem qualidade? Então mostramos que sim, tem qualidade, durabilidade, sonoridade. Agora agregamos mais valor do que preço. Então, não estamos mais tão preocupados com o preço em que a gente vai vender. A nossa precificação está baseada agora em quanto de valor temos no mercado mundial. Isso mudou um pouco a concepção da nossa marca, porque agora os consumidores estão pedindo uma embalagem mais sofisticada, os distribuidores estão pedindo um tipo de logística diferenciada que agregue valor. Eles recebem um produto que se orgulham de comprar e mostrar para os seus dealers em cada país, principalmente no Brasil. Isso é importante para a marca. "Poxa, olha só como as peles vêm embaladas!" Ele não tem vergonha de mostrar como recebe esse produto. Não é uma caixa amassada, não é uma caixa destruída. Nossas caixas da segunda geração de peles, que estão embarcando agora, são do último grau de qualidade de papel antes da madeira. Então, estamos agregando valor.

Falando sobre a qualidade e o valor que vocês estão dando aos produtos, um tópico que está sendo muito visto também no mercado de instrumentos e acessórios é a sustentabilidade. Vocês estão fazendo alguma coisa a respeito disso?
Eu vou ser bastante honesto. Em um primeiro momento, precisávamos estabelecer-nos no mercado. Então, a partir do momento que atingimos esse primeiro objetivo, agora vamos olhar para outros pontos como a sustentabilidade, por exemplo. Não poderíamos não olhar, porque na China temos uma cadeia de produção em que algumas fábricas já nos exigem pagar por tipos de materiais reciclados ou materiais que não ofendam o meio ambiente, ou seja, temos que nos ater a isso.

Assim, neste segundo semestre, nossos clientes começarão a perceber mudanças

Participação em feiras internacionais

Silvio Tonelli, CEO da empresa

nos primeiros materiais sustentáveis, como embalagens e matéria prima certificada. Vamos tentar tirar agora o plástico, vamos usar outros tipos de materiais. Alguns países já exigem mudanças. Nós temos clientes na Europa que não aceitam materiais que não sejam reciclados, por exemplo. Então já estamos tomando cuidados para que os próximos pedidos sejam recebidos com essa nova estrutura sustentável. Não é prioridade ainda, mas é um ponto nos nossos objetivos no futuro próximo.

Você comentou sobre o que os distribuidores e os consumidores atualmente estão demandando da Williams. O que mais eles estão pedindo?

Sonoridade! Já passamos pelo teste de acessibilidade, ou seja, é um produto acessível para toda a cadeia de consumo dos bateristas. Em segundo lugar, já passamos pelo teste de durabilidade. Nós estamos lançando agora a segunda geração de peles da Williams, focada principalmente nas peles porosas, porque tivemos no passado problemas com a porosidade saindo muito rápido e a pele saindo do aro. Eram dois problemas de durabilidade que a gente teve que focar nos últimos dois anos. E investimos pesado em pesquisa, em desenvolvimento de produtos, novos materiais e, principalmente, novos sistemas de montagem e fabricação. Então, agora resolvemos esses dois pontos. Hoje, possuímos três unidades de produção das peles Williams, a Unidade 1 para seleção de

matéria-prima, a Unidade 2 para montagem e pesquisa sobre as partes de metal e a Unidade 3, para impressão, embalagem, controle de qualidade e expedição.

A segunda geração de peles traz a porosidade totalmente nova. Nós acertamos um contrato com uma nova fábrica de matéria-prima e, com um novo processo de montagem, as peles estão totalmente mais duráveis. Com isso resolvido, os consumidores agora querem saber como é o som. Para provar ao mercado consumidor que nós temos uma sonoridade aceitável, precisamos trazer bateristas que são exigentes na questão de sonoridade. Não adiantava ir para a internet e falar "Olha, nosso som é bom" ou ouvir um baterista ou o nosso gerente de marketing, Walter Bondioli, falar isso. O mercado pensa: "Ele recebe peles de graça, então para ele tudo é bom, certo? Por que vou acreditar naquele baterista". Agora, quando você traz duas dezenas de bateristas profissionais onde a prioridade deles é a carreira, e não pele de graça, e com isso eles definem sonoridade e durabilidade como pontos primordiais, aí você começa a mostrar ao mercado que realmente você tem diferencial.

Conte um pouco sobre os bateristas que trabalham com a marca.

Então, o nosso processo de seleção de artistas é bastante rigoroso e ele abrange diversos aspectos da cadeia: Alexandre Fininho, Josivaldo Santos, Igor Wilcox, Luana Dametto, entre outros gigantes, e agora trouxemos o Aposan.

O Aposan passou três dias em Londrina testando peles, testando som. Fomos para o estúdio, levamos as 30 séries para ele testar. Passamos três dias tirando e colocando peles! Levamos toda a equipe. Levamos Ébano Santos, reconhecidamente um grande professor de bateria, considerado pela Modern Drummer como um dos maiores professores de bateria do mundo. Levamos também Walter Bondioli, que é um especialista de produtos fantástico e gerencia todo o nosso marketing. No final dos três dias, Aposan falou "Essa é a minha pele, mas eu quero fazer umas mudanças. Eu quero um filme assim, quero com cola, eu quero sem cola", etc. A partir daí, estamos provando para o consumidor que exige sonoridade que nós também temos sonoridade. Então, é isso que eles estão pedindo para nós agora. Vocês têm som? Temos. Mas que tipo de som? Qualquer tipo de som. Nós temos 32 modelos de peles. Somos a terceira marca com maior número de modelos no mundo! Para atender tonalidades específicas de cada baterista: para quem toca na igreja, para jazz, para bandas mais sofisticadas, para tocar na noite, para tocar em estúdios. Uma gama completa e pronta para atender todas as necessidades.

Lars Ulrich (Mettalica), endorser da Tama

Parte da equipe da empresa

Sem dúvida, um ponto muito bom! A nova linha de peles do Aposan já foi lançada?

O Alexandre está fazendo os últimos testes da primeira linha de séries assinadas. Ela vai se chamar Williams Reflect Series, que é uma pele diferente de todas as outras que temos. Ele já aprovou a qualidade e vamos começar a produção, que vai ser importada para o Brasil. O lançamento será na feira Conecta+ no final de agosto. No nosso estande, teremos vários lançamentos. Por um lado, a pele assinada do Alexandre Aposan mas também a pele assinada de caixa do Alexandre Fininho. Do Aposan, serão duas séries de peles de todos os tamanhos, uma coated, porosa, e outra clear, e dois modelos de pele de caixa. E do Alexandre Fininho, inicialmente, um modelo de pele de caixa. Muitos bateristas que eles influenciam estão esperando essas peles. Então estamos produzindo tudo com o maior cuidado absoluto, através de nossa equipe da Williams na China, trabalhando 24 horas.

O que mais os visitantes podem esperar da Williams na Conecta+?

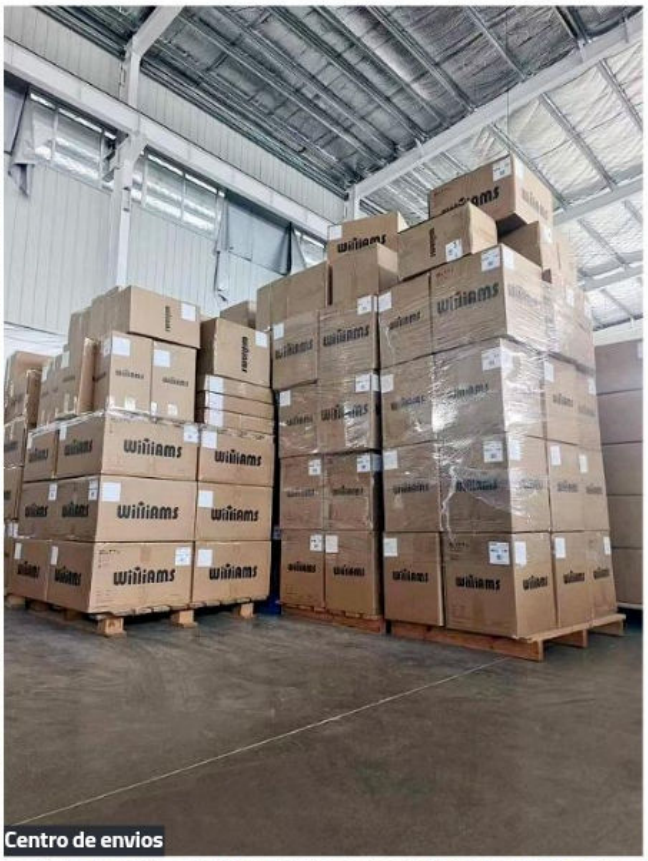
Teremos vários produtos. Por exemplo, o lançamento oficial da linha da percussão latina da Williams vai ser também na Conecta+. Estamos fazendo vídeos, fotos e todo

tipo de material e contratando alguns músicos que vão trabalhar conosco também. Outro lançamento oficial na feira será uma linha de baquetas sinfônicas, com mais de 30 modelos para tímpano, marimba, vibrafone, bumbo sinfônico e muito mais. Estamos organizando tudo para que seja uma feira bem legal para os consumidores. Por que estamos indo para a Conecta+? Porque queremos criar massa de consumo, especialmente novos consumidores. É hora que os consumidores que são céticos com relação a Williams tenham lugar para experiências com os produtos. Vai lá, vai testar, tocar, ver, bater, vai reclamar. Isso que é importante para nós. E também todos os nossos 21 artistas brasileiros estarão lá durante os quatro dias.

Essa é uma parte importante da estratégia mas para aqueles que não puderem ir pessoalmente, estão pensando em fazer workshops ou treinamentos pelo Brasil?
O Alexandre está fazendo uma média de 5 a 6 workshops por mês no Brasil e levando as nossas peles junto com ele. Queremos ampliar isso ainda mais um pouco. Mas fazer isso exige um investimento importante para uma marca então estamos olhando tudo com calma, deixando parte deste trabalho para a importadora e seus artistas fazerem isso. Porque nós, como marca, temos que olhar para outros países também, que acabam influenciando o consumo no Brasil. Hoje, com as mídias sociais, os bateristas daqui podem ver que tem bateristas, por exemplo, na Europa tocando com Williams e vice versa, e eles vão ter a curiosidade de testar o produto. Por isso estamos investindo boa parte do nosso recurso de marketing em gravações de alta tecnologia, para divulgar bem o produto de uma forma profissional, com os melhores estúdios de áudio, os melhores equipamentos de vídeo, para dar o melhor aos nossos artistas e consumidores.

Falando sobre o Brasil, como você enxerga atualmente o mercado local?
Estou preocupado com o mercado brasileiro. Falo isso para todos que eu conheço, com a minha pequena voz e experiência. Por quê? Porque não temos um mercado unido em torno do segmento e de negócios. Cada um quer pagar as suas contas. Então, você tem hoje 10 ou 12 feiras anuais, e cada um está lutando para pagar as suas contas com essas feiras, e não está nem aí para o que vai acontecer no mês que vem. O mercado está dividido. Nós perdemos aquele glamour e aquela força que tínhamos quando só havia, por exemplo, apenas uma feira de música anual. Mas uma feira era suficiente? Era. Porque ali faziam-se programações anuais de venda, programações anuais de

Centro de produção



Centro de envios

Linha de produção artesanal

lançamento de produtos, programações anuais de relacionamento com fábricas, distribuidoras e lojistas. Hoje o lojista está cansado. Não adianta você só fazer feiras e tirar pedidos se não tiver demanda, se não tiver consumo. Temos que gerar consumo. Estamos perdendo espaço para outros segmentos. Antes os pais levavam os filhos para ver os instrumentos pessoalmente, para escolher uma guitarra, um piano... hoje o filho vai escolher um videogame. Nós não somos um segmento organizado para criar consumo no Brasil.

E no futuro, quais serão os objetivos para suas marcas daqui a 10 anos?
Estou trabalhando pesado nisso. Eu vou dizer como. As pessoas me perguntam por que eu não tenho mais minha marca de baterias, por que eu a vendi. Na verdade não foi uma venda, não recebi dinheiro por isso. Eu troquei a marca Noah por investimento em uma marca global. Isso é pensar no que vai acontecer daqui a 10 anos. Nós investimos e registramos a marca Zowag em 25 países. Criamos peças exclusivas, um grande investimento em moldes para criar as peças da Zowag. Não queremos ser OEM, queremos ser uma marca. Eu não vou conseguir entrar no mercado europeu ou americano com uma marca OEM. Tem que ter diferencial. Falando da Williams, ela conquistou uma posição importante hoje no mercado brasileiro, oito anos depois de criada! Isso demonstra como é importante sempre investir em pesquisa e em desenvolvimento, novos materiais, novos sons, novos modelos. Investir em sustentabilidade, porque em muitos países eu não entro se eu não tiver uma política sustentável, e tenho que investir em bons músicos para endossar a nossa marca. Em um segundo momento, eu criei as baquetas, agora com três anos de idade. Por quê? O meu faturamento da Williams pode estagnar no Brasil em poucos anos. Então você precisa ter uma variedade de produtos para ir renovando as suas receitas. Estamos fazendo o caminho para que em alguns anos as baquetas tenham a mesma popularidade - e o mesmo retorno - que as peles. Mesma coisa com a percussão latina, que tem apenas seis meses, mas daqui a oito anos esperamos que tenha bons resultados de faturamento e que atenda a demanda da companhia. Esse é o meu projeto de business para os próximos 10 anos.

Pensando no mercado internacional, quais são os países foco para a Williams?
Estamos muito bem posicionados no Chile... um país que, por exemplo, em baterias, é maior do que o Brasil para nós. O Chile teve algumas restrições de importação de algumas marcas que saíram de lá e abriram espaço para nós. Estamos entrando muito bem na Espanha com as peles e com as baquetas, principalmente. Tem alguns países asiáticos onde também estamos vendendo muito bem. Na América Latina, temos a Guatemala indo muito bem e a Argentina, que consome muito bem nossas peles, apesar de tudo. Como é que eu pretendo investir nesses mercados? Eu estou trabalhando, estou viajando, estou buscando oportunidades e distribuidores. Ainda não tenho uma empresa que represente a Integrity fora do Brasil, mas gostaria de encontrar uma. Essa é mais uma ideia para o futuro. ■

FEIRA DA MÚSICA E CONGRESSO

CONECTA+

MÚSICA&MERCADO

GARANTA JÁ O SEU INGRESSO

O MAIOR EVENTO DE EXPERIÊNCIA PARA QUEM FAZ E VIVE DA MÚSICA

EQUIPAMENTOS (ÁUDIO, LED, LUZ E INSTRUMENTOS MUSICAIS), GRAVADORAS, AGÊNCIAS E EMPRESÁRIOS ARTÍSTICOS, MARKETING MUSICAL E MUITO MAIS!

TRANSAMÉRICA EXPO CENTER

AV. DR. MÁRIO VILAS BOAS RODRIGUES, 387 - SANTO AMARO – SÃO PAULO, SP, BRASIL

29,30,31 e 1º

AGOSTO SETEMBRO

QUINTA-FEIRA A DOMINGO

WWW.CONECTAMUSICA.COM.BR

REALIZAÇÃO MÚSICA&MERCADO APOIO anafima

Kyalami e Nando 502, os novos da Ayrton

Na feira alemã Prolight+Sound, a Ayrton apresentou duas novas luzes que são adicionadas ao seu catálogo, Kyalami e Nando 502 Wash.

Kyalami é um novo aparelho de fonte de laser com classificação IP65 inspirado no MagicDot. Lançado pela primeira vez em 2015, MagicDot foi vendido aos milhares em poucos meses e ainda inspira criatividade. Nove anos depois, nasce Kyalami, a primeira luz com fonte de laser IP65 da série Creative Solution da empresa.

Projetado para efeitos gráficos arquitetônicos, Kyalami é um aparelho ultracompacto. A sua capacidade de desempenho essencial baseia-se no seu design, na miniaturização e numa pegada cilíndrica minimalista que permite a instalação de vários aparelhos a poucos centímetros de distância.

Uma esfera de apenas 265 mm incorpora o módulo laser de 100 W do Kyalami, sistema de refrigeração e óptica, com uma lente frontal de 126 mm colocada na continuidade da esfera.

O sistema óptico de três lentes patenteado produz um feixe de 1° e uma faixa de foco que permite que o formato do feixe seja ajustado com base na distância operacional.

O aparelho oferece um fluxo luminoso de 400.000 lux a 10 m de sua fonte de laser, projetado para gerar um ponto branco D65 para reprodução fiel de cores. A seção de cores inclui um sistema de mistura de cores CMY progressivo de alta definição e um disco de cores de acesso instantâneo de multiposições equipado com cinco filtros corretivos e 17 filtros de cores complementares.

Ele também vem com 29 gobos de metal fixos projetados para esculpir a luz no modo "feixe". Esses gobos podem ser combinados com dois prismas rotatórios combináveis individualmente, permitindo a produção de uma infinidade de efeitos de iluminação volumétricos. Um filtro frost completa a paleta de ferramentas gráficas.

Kyalami adota um estilo minimalista graças à impermeabilização simplificada e à rotação contínua do movimento pan-tilt. Será lançado oficialmente em abril.

Nando 502 Wash

Nando 502 Wash, parte da série Multi Sources IP65 6 da Ayrton, é uma evolução da linha NandoBeam e uma luz compacta IP65, especialmente projetada para iluminação de cenas de uso misto, tanto em interiores quanto em exteriores, e até mesmo em ambientes salgados.

Adequada para iluminação de palco, esta nova fonte LED oferece a vantagem de uma melhor integração no espaço de cores e facilita a reprodução das cores. O Nando 502 Wash está equipado com 12 fontes LED de alto desempenho de 40W com síntese aditiva de cores RGB-L e um sistema óptico patenteado composto por um cluster único de 210mm em PMMA. Funciona em combinação com 12 guias de luz de vidro com superfície de saída formada por uma microestrutura óptica.

Possui índice de reprodução de cores superior a 86. Pode atingir fluxo luminoso de 10.000 lúmens e oferecer uma mistura homogênea de cores pastéis ou saturadas. Uma biblioteca completa de cores pré-programadas permite faixas de cores sutis, densas e contrastantes. A Ayrton instalou canais separados de controle de fonte de LED em todas as versões Wash e incluiu uma biblioteca de efeitos praticamente infinita.

Versátil por natureza, ele pode mudar instantaneamente de beam para wash com uma taxa de zoom de 15:1 e uma faixa de zoom de 3,5° a 53°. O seu "favo de mel" preto e a sua separação das fontes de luz ajudam a aumentar o nível de contraste. A janela de vidro com tratamento antirreflexo garante "ótimo resultado visual e maior desempenho", diz o comunicado oficial.

O novo design minimalista do Nando 502 Wash garante total acessibilidade a todas as funções. Ao reduzir a espessura das peças de alumínio, otimizar o sistema de refrigeração, simplificar a orientação das lentes e integrar componentes ópticos de baixa densidade, a Ayrton conseguiu reduzir o peso total em 20%. Um novo sistema de ventilação submersível em compartimento não impermeável permite maior resfriamento. Este aparelho será lançado oficialmente em maio. ■

DBR

iD15 A caixa **mais potente** do Brasil

- 2500W RMS
- 135dB de pico
- Woofer de Neodímio
- DSP Integrado e tecnologia FIR
- Driver HF customizado para alto desempenho
- Gabinete feito de polipropileno virgem
- Versatilidade de montagem

ProShows /proshows.oficial /dbr.audio (51) 3034-8100 proshows.com.br proshows@proshows.com.br

Nova versão 2.0.0.4 do software grandMA3

MA Lighting lançou a versão 2.0.0.4 do software grandMA3, com novas funcionalidades e melhorias de fluxo de trabalho para diversas aplicações.

A área de gestão e organização de dados apresenta diversas melhorias. Por exemplo, as planilhas podem ser filtradas e reorganizadas para criar um espaço de trabalho pessoal; a transferência de dados de aparelhos fica muito mais fácil com a nova janela "Clone"; trabalhar em grandes sequências com uma grande quantidade de dados agora é aprimorado através do uso de novas funcionalidades de rastreamento, e novos Fixture Type Presets permitem ao usuário transferir facilmente conteúdo predefinido de um show para outro.

Algumas mudanças:

- Customizable Encoder Bar
- Special Dialogs
- Bitmaps
- Soundfiles in Timecode
- Selection Grid Improvements
- New Fixture Sheet Modes

Para aprender mais

A MA University com o curso especial grandMA3 v2.0 apresenta informações detalhadas sobre a nova versão do software, online e totalmente gratuita. Além disso, há uma atualização para o grandMA3 User Training e um novo treinamento grandMA3 Essentials disponível. ■

Versão 2024 do software Wysiwyg já está disponível

A Cast lançou a versão Wysiwyg 2024, com novos recursos e melhorias interessantes que prometem enriquecer as imagens e o processo de design.

Wysiwyg 2024 está aqui para apresentar uma série de novos recursos ao seu já abrangente conjunto de ferramentas, incluindo novas simulações de partículas de CO2, frost e géis de difusão, juntamente com imagens aprimoradas de reflexo de lente, que enriquecem a experiência de design visual.

Novo motor Lens Flare

O Lens Flare Engine atualizado agora apresenta reflexos de lente aprimorados para aparelhos com Source Discs não circulares e raios dinâmicos que se adaptam a qualquer gobo, trazendo autenticidade aos designs.

Efeitos de partículas de CO2

Wysiwyg 2024 apresenta a mais recente adição ao seu conjunto de recursos: CO2 Jets, agora disponíveis devido à demanda popular. Com esse recurso, você pode experimentar o controle perfeito dos efeitos de CO2 no modo Design e no modo Live enquanto estiver conectado a um console.

Visualização de géis de difusão e frost

Os elementos visuais do seu design podem ser enriquecidos com uma simulação realista de difusão de gel e frost na vista Shaded View. Desta forma você pode visualizar a transformação de feixes e traços, que refletem efeitos da vida real, para melhorar a profundidade e dimensão dos projetos de iluminação.

Seating Wizard

O Seating Wizard no software Vivien foi adaptado para WYSIWYG, então você não precisa mais depender de ferramentas Array para criar seções de assentos. Defina a área e o estilo de assento desejado, selecione mesas e cadeiras e deixe o Assistente calcular e organizar a disposição dos assentos automaticamente.

Aplicação de espaço mínimo com base na largura do aparelho

A opção „Enforce Minimum Spacing“ na guia Hang Structure Settings de Document Options estava sempre disponível para evitar que os equipamentos ficassem muito próximos uns dos outros. A nova subopção “Use Fixture Width” garante que os aparelhos, incluindo aqueles dispostos ao longo das treliças, sejam espaçados sem sobreposição, para melhorar a precisão do projeto.

Pan Circle

Um Pan Circle laranja mostra até que ponto um moving se estenderá (em todas as direções) quando em movimento pan/tilt e/ou uma vez que os valores de Pan e/ou Spin são aplicados ao próprio aparelho. Os Pan Circles estão habilitados por padrão. Para desativá-los, você pode ir em Document Options > Fixture Settings e desmarcar a opção Show Pan Circles.

Proporções de retrato

As proporções do tipo retrato foram adicionadas às câmeras. Ideal para exportar e compartilhar seus designs com clientes para visualização em dispositivos móveis ou publicação em plataformas de mídia social, esta adição aumenta sua capacidade de envolver o público nas preferências atuais de conteúdo vertical.

Melhorias gerais e correções de bugs

Melhorias e correções gerais em todos os modos wysiwyg.

Atualizações da biblioteca

Para este lançamento, a biblioteca de luzes líder do setor da wysiwyg apresenta uma adição impressionante de 234 novos perfis de aparelhos para um total de 590 itens de biblioteca adicionados ou atualizados, expandindo ainda mais a coleção mais abrangente disponível no mercado, de acordo com o comunicado oficial. ■

NEVER KILL THE VIBE

Cordas SG+
Mantenha a vibe do seu som sem se preocupar em ficar trocando as cordas.

© SG strings 2024 | todos os direitos reservados

SGSTRINGS.COM.BR | @SGSTRINGS | #NEVERKILLTHEVIBE

ETC adiciona PAR jr à família de luzes ColorSource

ColorSource PAR jr é a mais recente adição à linha de luzes da ETC de preço acessível que se tornou um produto básico em espaços ao redor de todo o mundo.

Um complemento perfeito para o Spot jr, o PAR jr possui um conjunto de recursos semelhante e inclui uma gama de quatro cores: vermelho, verde, azul e limão.

Se você está procurando um aparelho flicker-free para broadcast, salas de concerto, cultos ou televisão ao vivo, o PAR jr irá ajudá-lo. O design sem ventilador e resfriado por convecção torna esta luz ultrassilenciosa. E com quase metade do peso e metade do preço de um ColorSource PAR de tamanho normal, o PAR jr é ideal para locais de todos os tamanhos.

Oferecendo cores variadas e dimerização precisa, esta luz está disponível em duas opções de matriz. A linha Original oferece tons pastéis sutis e luz branca para realçar os tons de pele. Já a linha Deep Blue é para quem precisa de cores mais saturadas e dramáticas.

Como todos os equipamentos ColorSource, o PAR jr inclui as tecnologias de integridade de cores da ETC para que você possa ter certeza de que as cores definidas no ensaio são as mesmas que você vê durante o show. Isso inclui compensação de queda térmica e calibração abrangente de cores de fábrica.

A ETC oferece garantia de 5 anos para todo o equipamento e garantia de 10 anos para o conjunto de LED. A empresa também oferece suporte por telefone 24 horas por dia, 7 dias por semana, 365 dias por ano.

Com quase 2.300 lúmens de brilho, o ColorSource PAR jr oferece os recursos da série por uma fração do custo e do tamanho. Você pode baixar o aplicativo MyETC:Photometrics para obter informações fotométricas e de cores completas sobre este e todos os outros aparelhos da marca. ■

Diamond 7 é o lançamento da Avolites

A Avolites apresentou recentemente seu novo console de iluminação Diamond 7 (D7), que foi lançado na feira Prolight+Sound em Frankfurt.

O novo console Diamond 7 (D7) é o próximo na linha do principal console Diamond 9 (D9). Com o lançamento inicial do produto, a Avolites planejou obter feedback valioso dos designers e operadores de iluminação, bem como testes extensivos do produto durante a temporada de festivais.

O lançamento completo do produto, com todas as suas variantes, está previsto para o final deste verão europeu. Haverá duas variantes, D7-330 e D7-215, versões de três e duas telas com 30 e 15 faders respectivamente.

Os principais recursos do novo D7 incluem um novo painel com tela e mecanismo de travamento. A superfície de controle do console segue a linguagem de design do Diamond 9. O D7-215 cabe em uma mala Peli-Air padrão e está dentro do limite de peso de 23kg das aeronaves europeias, entre outras.

Além disso, em meados de março, a Avolites lançou a versão 17 do Titan, o popular software de controle de iluminação. "O principal objetivo da v17 tem sido melhorar significativamente a experiência do usuário e otimizar ainda mais o desempenho, o que permitirá maior experiência em shows maiores, bem como durante sessões de programação mais longas. Isto será seguido de perto por uma nova versão do nosso aplicativo remoto, tanto para Android quanto para IOS", explica o comunicado oficial da empresa.

Como parte da experiência aprimorada, os usuários notarão melhorias no seletor de cores, gerador de personalidade, opção de console de destino de macro de lista de sugestões, conversão entre acionador de hardware e acionador de item e muito mais. ■

Robert Juliat tem novo seguidor Tristan e spot Ravel

Tristan é o novo followspot que se junta à linha da renomada empresa Robert Juliat, além do profile spot LED Ravel. Veja mais a seguir.

A Robert Juliat apresentou seu novo seguidor LED Tristan em branco frio 6000K, 800W com uma faixa de zoom de 7°-14° e uma saída que rivaliza com o followspot Victor de 1800W com lâmpada MSR.

Exclusivo do Tristan é um recurso totalmente novo, uma íris motorizada que permite a criação de predefinições de íris. Outros recursos incluem dimerização eletrônica, controle local e DMX, fonte de alimentação integrada e operação silenciosa, além de display remoto e acessórios para o operador. Tristan é compatível com os protocolos DMX/RDM/Ethernet/ArtNet e sACN.

Igualmente confortável nas posições de FOH, em treliça ou backlight, Tristan se tornará o substituto de LED para o sempre popular RJ Victor 1800W com lâmpada MSR. A empresa também apresentou uma antevisão do seu novo profile spot LED Ravel, que marcou a introdução de uma nova família de luzes da Robert Juliat que estará disponível ainda este ano.

Ravel apresenta um novo design de lâmpada com corpo reforçado e um sistema de refrigeração aprimorado e eficiente. Projetado para ser compatível com os tubos de lentes profile das séries 600SX e 700SX da Robert Juliat, a saída de luz do Ravel é equivalente à dos profiles de tungstênio de 2kW. A sua fonte LED branca sintonizável de 450W garante o mesmo brilho constante independentemente da temperatura da cor, com um CRI >90.

Disponível em três opções de zoom, 16-35°, 28-54° e 11-26°, o Ravel tem a mesma operação silenciosa e compatibilidade de protocolo do Tristan, e um consumo máximo de energia de 500W, ideal para aplicações de longo alcance em espaços médios e grandes. ■

SŌL I Blinder é o primeiro em uma nova série da Elation

SŌL I Blinder é o primeiro em uma nova série de blinders LED e soluções de efeitos da Elation que combinam tecnologia de ponta com engenhosidade artística.

Com um formato pequeno, classificação IP65 e estética moderna, o SŌL I combina com qualquer palco ou evento. Seu design modular o diferencia, oferecendo infinitas possibilidades de montagem e layout.

Usando interconexões simples de aparelhos, adaptadores roscados, suportes e acessórios de forquilha, os projetistas podem vincular o SŌL I a outros acessórios ou aparelhos, expandindo exponencialmente as opções criativas para diferentes formatos e matrizes.

Ele pode ser usado como um blinder de célula única, 2 células ou 4 células ou conectar ainda mais aparelhos para um painel de efeitos versátil.

O equipamento apresenta um espectro de cores de um motor LED RGB+Lime+Amber+White de 250W com 93+ CRI.

Apesar da sua forma compacta, o SŌL I tem uma potência de mais de 8.000 lúmens. O ajuste de temperatura de cor totalmente variável de 16 bits é possível de 2.400K a 8.500K e uma função de emulação de intensidade para quente ou redshift foi incluída para permitir a correspondência com o brilho quente de um blinder incandescente. Também está incluído um estrobo variável (1-20kHz) e uma seleção de curvas e modos de dimming de 16 bits.

Totalmente controlável via DMX/RDM, oferece um sistema de addressing 'Array Mode' e gerenciamento de aparelhos sem fio Aria x2 patenteado da Elation para facilitar a configuração e manutenção do sistema. Os usuários também podem escolher entre o modo blinder de alto desempenho ou o modo de saída constante quando um nível de luz uniforme é necessário por longos períodos de tempo.

Com classificação IP65 e resfriamento por convecção para uso confiável em praticamente qualquer ambiente, o SŌL I vem em uma carcaça compacta, leve e durável. ■

Seymour Duncan anuncia set humbucker de Joe Bonamassa

A Seymour Duncan apresenta o novo "The Blonde Dot" 1960 ES-335 Humbucker Set de Joe Bonamassa.

A coleção de guitarras vintage de Joe Bonamassa está repleta de tesouros da era de ouro da fabricação de guitarras elétricas. Isso significa que Joe «sabe um pouco» sobre os humbuckers PAF da Gibson - as primeiras versões da importante inovação de Seth Lover no design de captadores. As Gibson ES-335 mais antigas são conhecidas por serem alguns dos melhores instrumentos semihollow já construídos, e os humbuckers PAF com os que foram originalmente equipados são o veículo para o som poderoso e sustentado pelo qual essas guitarras são conhecidas. Quando a Seymour Duncan abordou Bonamassa para recriar um conjunto de humbuckers de uma de suas ES-335 favoritas, ele rapidamente levou um dos melhores instrumentos de sua coleção: sua rara Gibson ES-335 dos anos 1960 com braço pontilhado e acabamento loiro, apropriadamente chamada de «The Blonde Dot.» Comprada de um amigo que tinha uma coleção impressionante de 335 vintage com braço Dot, Joe descobriu que os captadores Blonde Dot eram alguns dos PAF mais equilibrados de sua coleção.

O trabalho com Seymour Duncan

Tomando cuidado para manter a guitarra em perfeitas condições, a Seymour Duncan mediu e gravou os captadores originais para recriá-los fielmente como o conjunto "The Blonde Dot" ES-335 Humbucker de 1960. Joe descreve o captador do braço como "elegante e claro" e o captador da ponte como "forte e sombrio", criando um pacote equilibrado que ele sabia que soaria bem em qualquer guitarra. Para capturar esses tons, este set vintage usa um ímã de Alnico 2 no braço, enquanto um ímã de Alnico 4 mais forte foi encontrado para oferecer melhor as qualidades do captador de ponte original. Para combinar com a Blonde Dot original, como novo, as tampas de níquel não envelhecidas vêm com anéis de captação pretos. Os primeiros 800 conjuntos vêm em embalagens de edição limitada e com placas de fundo assinadas por Bonamassa e pelo próprio Seymour Duncan. Depois que esses conjuntos de edição limitada forem vendidos, os captadores «The Blonde Dot» estarão disponíveis com opções cosméticas padrão da Custom Shop para combinar com sua ES-335, Les Paul ou qualquer guitarra que exija ótimo timbre humbucker P.A.F. ■

Programa de reciclagem D'Addario, será para todos?

A iniciativa Playback e o Dia Mundial de Troca de Cordas mostram a ênfase de D'Addario na sustentabilidade e no cuidado com o meio ambiente também na música. Será expandido para todo o mundo?

Há quase 10 anos, a D›addario mantém um programa chamado Playback, consciente da importância da reciclagem e da atual escassez de materiais em todo o mundo.

O programa, que começou exclusivo para os Estados Unidos, incentiva os usuários a "devolverem" os encordoamentos à D'addario, por meio de contêineres especiais em lojas de todo o país, ou mesmo enviá-las para a empresa pelo correio, para o qual a D'addario disponibiliza códigos de envio pré-pagos da renomada transportadora UPS.

A empresa TerraCycle é responsável pela reciclagem: as cordas de metal são derretidas para a obtenção de novas ligas e os encordoamentos de náilon são reciclados para aplicações industriais de plástico.

Segundo o site da D›addario, o programa recicla mais de 680 mil quilos de corda por ano. E atualmente não é realizado apenas nos Estados Unidos, mas também na França e na Eslováquia. O Playback não sobrevive apenas de doações, mas também da iniciativa do Dia Mundial de Troca de Cordas, que acontece em diversos países do mundo desde 2022, sempre no dia 6 de junho.

Ao longo desse dia, a D›addario reúne uma grande quantidade de cordas que, assim que são retiradas dos instrumentos, são enviadas para sua fábrica em Nova York.

Por que toda essa introdução? Pois bem, não só para anunciar que está chegando a terceira edição do Dia Mundial de Troca de Cordas, mas para contar que a D›addario planeja arrecadar todas as doações de cordas ao redor do mundo para enviá-las aos Estados Unidos e ampliar o programa de reciclagem!

Não será uma tarefa fácil. Custos, transporte, as leis em vigor dependendo de cada país, são apresentados como alguns dos obstáculos, mas a empresa está fazendo todo o possível para iniciar um teste no final deste ano e ver o que acontece, então segure aí as cordas velhas, não jogue fora e aguarde as novidades da empresa para contribuir com esse grande movimento em favor da natureza e da indústria musical. Como diz a D'addario em seu site "Um impacto profundo na música, não na Terra" ■

Nova Dean Guitars USA Zero Pickguard Gloss Natural

A guitarra USA Zero Pickguard Gloss Natural expande o sucesso da plataforma USA Series, adotando recursos estabelecidos e priorizando as diversas necessidades sonoras dos usuários modernos.

O USA Zero Pickguard Gloss da Dean Guitars incorpora o espírito de exploração musical e criatividade ilimitada dentro dos gêneros hard rock e metal com uma série de características diferentes. Um corpo em mogno brilhante é combinado com um acabamento preto clássico no headstock com um perfil distinto da Dean. O tratamento visual é ainda melhorado com uma encadernação creme de camada única e detalhes dourados por toda parte. Uma escala de ébano que se estende por 22 trastes adornada com incrustações Pearl Ultra Diamond completa o pacote estético.

A configuração de captador HH desta guitarra apresenta um captador de ponte humbucking USA DMT Baker Act Gold que grita com atitude sobrebobinada e baixo poderoso, enquanto o captador de braço USA Time Capsule oferece tons claros que se destacam em uma infinidade de gêneros. Um potenciômetro CTS 500k Audio Taper produz muito menos perda de sinal de alta frequência do que unidades com valores de potenciômetro mais baixos, resultando em sons claros e brilhantes em um amplo espectro.

O layout de controle intuitivo consiste em botões Top Hat Gold para volume e tom combinados com uma chave seletora de captador de três posições. Outros recursos premium também incluem uma ponte Tone Pros Tune-O-Matic com placa Z dourada e afinadores Grover Locking 18:1 para estabilidade de afinação confiável, mesmo nas curvas de cordas mais agressivas e nos riffs mais selvagens. ■

Handpan: 5 coisas para saber sobre esse particular instrumento

Com popularidade em ascensão, cultura handpan tem até festivais dedicados ao instrumento. Prova disso é o Handpan Brasil Festival que será realizado no mês de maio em São Paulo.

Desde o seu surgimento na virada do milênio, o handpan cativou músicos e ouvintes em todo o mundo com sua sonoridade hipnótica e sua capacidade de transportar as mentes para lugares distantes. Este instrumento único, muitas vezes descrito como uma fusão de tambores e instrumentos de percussão melódica, tem uma história fascinante e continua a ganhar popularidade entre os entusiastas da música.

Desenvolvido na Suíça no início dos anos 2000 e lançado na feira Musikmesse, em Frankfurt, foi inspirado em instrumentos tradicionais como o steelpan de Trinidad e Tobago e o ghatam indiano. O handpan é fabricado em metal, como aço carbono ou aço inox e moldado em forma de cúpula, com depressões cuidadosamente afinadas que produzem diferentes tons quando tocadas com os dedos.

"Em resumo, é muito mais do que apenas um instrumento musical; é uma jornada sonora única e envolvente. Com suas raízes profundas na tradição e sua capacidade de inspirar inovação, o handpan continua a encantar e intrigar músicos e ouvintes em todo o mundo, criando assim uma cultura, um movimento em constante evolução", explica Lipe Araújo, co-organizador do Handpan Brasil Festival, maior festival da América do Sul voltado à cultura handpan, que terá sua segunda edição nos dias 16, 17, 18 e 19 de maio de 2024, em Atibaia/SP. "Nosso festival tem a missão de fomentar e apoiar a cultura do Handpan no Brasil e América do Sul, tendo em vista a riqueza musical e sensorial que esse instrumento, percussivo e melódico ao mesmo tempo, proporciona para quem toca e quem escuta, e ainda pouco disseminado e explorado na musicalidade brasileira".

Reunimos abaixo cinco coisas que você precisa saber sobre esse instrumento musical fascinante e que explicam um pouco mais sobre como ele tem se tornado um movimento em todo o mundo. Confira!

1. O handpan é um instrumento versátil

Apesar de sua origem relativamente recente, o handpan encontrou seu lugar em uma ampla variedade de gêneros musicais, incluindo world music, jazz, ambient, e até mesmo música eletrônica. Sua capacidade de criar atmosferas etéreas e ritmos cativantes marcou o seu lugar de destaque entre músicos de todos os estilos.

2. Uma conexão íntima entre músico e instrumento

Tocar handpan é uma experiência tátil e envolvente. Os músicos usam as pontas dos dedos para percutir as depressões do instrumento, produzindo uma variedade de sons melódicos e percussivos. A técnica de toque é delicada e requer prática, mas recompensa os músicos com uma conexão íntima com o instrumento e um som rico e expressivo.

3. Comunidade global

A comunidade de handpan é unida pela paixão compartilhada por este instrumento único. Festivais, encontros e workshops ocorrem em todo o mundo, oferecendo aos músicos a oportunidade de se conectar, aprender e compartilhar experiências. Além disso, através das redes sociais e plataformas online, os entusiastas do handpan podem se conectar e colaborar, independentemente de sua localização geográfica.

4. Desbloqueando o potencial criativo

O handpan oferece infinitas possibilidades criativas para músicos de todos os níveis de habilidade. Desde improvisações introspectivas até performances energéticas em grupo, este instrumento versátil pode inspirar uma ampla gama de expressões musicais. Ao explorar escalas, ritmos e técnicas de toque, os músicos podem desbloquear novas dimensões de sua criatividade e conectar-se mais profundamente com sua própria musicalidade.

5. Customização e personalização

Cada handpan é uma obra de arte única, tanto em termos de sonoridade quanto de estética. Os fabricantes de handpan são verdadeiros artesãos que dedicam-se a criar instrumentos de qualidade excepcional, muitas vezes personalizados de acordo com as preferências do músico. Desde a seleção do tipo de aço até o acabamento final, cada etapa do processo de fabricação é realizada com meticulosa atenção aos detalhes. ■

BRAZILIAN MUSIC FAIR
CONECTA+
AUG 29th ~ SEPT 1st
TRANSAMERICA EXPO CENTER SÃO PAULO, BRAZIL
AUGUST 29th ~ SEPTEMBER 1st

Latin Percussion comemora 60 anos com sua Coleção LP60

No início dos anos 1960, o fundador da LP, Martin Cohen, foi cativado pela era de ouro do jazz latino de Nova York e os ritmos inebriantes o levaram a fundar a Latin Percussion em 1964.

Agora, após 60 anos de ritmo animado, a LP criou um set de edição limitada de instrumentos para celebrar este aniversário extraordinário.

Por 60 anos, a Latin Percussion (LP) fabricou instrumentos de percussão autênticos e de alta qualidade, originalmente inspirados nos artistas lendários e na música do jazz latino de meados do século. Quando muitos músicos na cidade de Nova York não conseguiram adquirir as caixas cubana que desejavam, o fundador da LP, Martin Cohen, trabalhou com eles para desenvolver instrumentos de acordo com suas especificações e a LP nasceu.

A coleção LP60 presta homenagem aos instrumentos e artistas originais da LP que ajudaram a moldar o futuro da música latina e muito mais, ao mesmo tempo que cria um vínculo duradouro com a comunidade musical. Esses instrumentos comemorativos oferecem recursos vintage como bongôs e congas de fibra de vidro, timbal de aço com fundo enrolado e novas versões de instrumentos LP originais como o Afuche/Cabasa, o Jam Block e muito mais. A coleção estará disponível apenas ao longo de 2024. ■

Córdoba apresenta guitarra eletro-acústica Stage Black Burst

Córdoba Guitars apresenta sua mais recente adição à popular plataforma Stage, a guitarra Stage Black Burst.

Projetada para oferecer o som acústico característico de Córdoba em todas as plataformas, a Stage Black Burst combina o conceito acústico-elétrico do modelo Stage com recursos escuros e monocromáticos para uma estética moderna.

A Stage Black Burst apresenta um tampo Black Burst com fundo, laterais e braço pretos, complementado por uma escala de ébano, botões de ébano, corpo de marfim e ferragens de níquel, incluindo afinadores Honeycomb exclusivos da Córdoba.

Apresentando um tampo de Spruce sólido e verniz de "Flamed Maple", o corpo de Mahogany com câmaras de 1,5» oferece peso reduzido e ressonância aprimorada. "Isso permite que o tampo ressoe livremente, resultando em um tom acústico natural e facilidade de movimento durante o jogo. O design Fusion Neck exclusivo da Córdoba oferece uma experiência de tocabilidade confortável com uma largura de porca de 48 mm e um raio rápido da escala de 16". Este design inovador preenche a lacuna entre as guitarras tradicionais de cordas de náilon e as de cordas de aço, atraindo uma ampla gama de músicos", diz o comunicado oficial.

Equipado com um sistema Stage Pickup, controles de volume, equalizador e combinação de corpo de fácil acesso garantem que os músicos possam personalizar seu som de acordo com suas preferências. Alinhado ao compromisso da Córdoba com a sustentabilidade, a Stage Black Burst vem com embalagens sustentáveis. O instrumento é embalado em um case de náilon reciclado feito de microplásticos e redes de pesca descartadas, reduzindo seu impacto ambiental.

"Estamos entusiasmados em apresentar a Stage Black Burst, que representa o auge do artesanato e da inovação no design de guitarras acústicas-elétricas", disse Mike Fischer, diretor de produto de instrumentos com trastes. «Com sua combinação única de recursos premium e embalagem sustentável, a Stage Black Burst Stage Black Burst estabelece um novo padrão de desempenho e responsabilidade ambiental na indústria." ■

Next é a nova linha de guitarras da Strinberg

Strinberg Next é um instrumento de seis cordas com design diferenciado.

A guitarra Next tem design Headless Multiscale, é leve, confortável e com um acabamento atraente, disponível em três cores.

Características

- Acabamento: Brilhante
- Construção: Bolt-on Neck (junção parafusada)
- Corpo: Okoume
- Braço: Roasted Maple
- Escala: Pau Ferro (multi-escala) – 24 trastes
- Marcações: Dots Abalone e Madrepérola
- Encordoamento: .010
- Nut (Capotraste): 42,5mm
- Ponte: Hard Tail
- Captadores: 2x Humbuckers Alnico
- Controles:1x volume / 1x tonalidade
- Chave Seletora de 3 posições. ■

Domene Cymbals lança linha de pratos com Cuca Teixeira

A marca de pratos e o baterista se uniram para criar Guardian, uma linha de pratos que promete se destacar entre as opções disponíveis no mercado.

"Combinando a expertise de Francisco Domene e a sonoridade de Cuca Teixeira, a série Guardian é o resultado de uma colaboração excepcional que redefine o conceito de versatilidade e qualidade sonora em pratos de bateria", conta o comunicado oficial.

Com um amplo alcance dinâmico e uma reminiscência dos pratos clássicos turcos, o kit Guardian conta com: Splash 8" e 10", HiHat 14", China 20", Crash 19" e 20" e Ride 20" e 22", todos B20.

O lançamento foi realizado no clube de jazz e música instrumental JazzB, em São Paulo, com a presença da equipe da Domene, Cuca que tocou ao vivo com seus novos pratos, amigos, fãs da marca e muitos músicos. ■

FOTOS: MESSE FRANKFURT EXHIBITION GMBH
PIETRO SUTERA, JOCHEN GUNTHER

Prolight+Sound 2024 contou com mais de 24 mil visitantes

A conceituada feira alemã está decidida a recuperar a sua posição no mercado e apresentou novidades e fortes resultados na sua edição de 2024.

Além de quatro palcos ao ar livre, inúmeras performances, shows ao vivo e sessões de DJ, a Prolight+Sound também contou com interessantes painéis de discussão, palestras e apresentações sobre as últimas tendências e produtos dos setores de iluminação, áudio, palco, mídia e eventos. Um programa educacional ampliado atraiu profissionais de eventos internacionais, bem como numerosos jovens talentos. De 19 a 22 de março, cerca de 25 mil visitantes dos cinco continentes e de mais de 100 países reuniram-se na metrópole. Mais de 500 expositores e marcas mostraram suas principais inovações e soluções.

Os números também refletem o fato de que a Prolight+Sound, como um importante ponto de encontro para a indústria de eventos internacionais, reúne os tomadores de decisão de hoje e de amanhã em um só lugar. A proporção de gestores entre os visitantes profissionais foi de 62 por cento. 25 por cento dos visitantes tinham menos de 25 anos. Isto mostra que a feira convence tanto os actuais tomadores de decisões como a próxima geração com os seus formatos progressistas.

"Estou muito satisfeito que na edição deste ano tenhamos conseguido destacar o que torna a Prolight+Sound tão especial. Não só combina inovações técnicas, trans-

ferência de conhecimento e entretenimento, mas também reúne um grande número de gestores seniores com a jovem indústria. Os recém-chegados estão sob o mesmo teto e, portanto, formam uma ponte entre o status quo e o futuro da indústria de eventos. Gostaria também de aproveitar esta oportunidade para agradecer mais uma vez aos nossos parceiros VPLT e EVVC pelo seu compromisso e apoio", afirmou Wolfgang Marzin, Presidente e CEO da Messe Frankfurt.

Programa para todos os gostos

A transferência de conhecimento em uma ampla variedade de formatos ocupou o centro das atenções: além das impressionantes apresentações dos expositores, personalidades particularmente de alto calibre compartilharam seus conhecimentos e opiniões com um público interessado em mesas redondas, palestras e demonstrações ao vivo. Entre eles estavam a premiada diretora criativa Geneviève Cleary, o famoso designer de iluminação Mikki Kunttu, o produtor e DJ Gregor Tresher, o diretor da gravadora Edgar Dirksen, o guitarrista Yasi Hofer, o CCO do Atelier

Markgraph Stefan Weil e a diretora criativa e artista Eileen Hall.

Uma ampla programação de palestras e conferências complementou esses temas com temas atuais, como desenvolvimento de pessoal e implementação de eventos sustentáveis. No âmbito do "Prolight+Sound College", três plataformas ofereceram seminários bilíngues sobre temas relevantes para a indústria, incluindo o Camera College (em cooperação com a BVFK - Associação Federal da Indústria de Concertos e Eventos), o ProAudio College (em cooperação com a VDT (Associação de Engenheiros de Som Alemães) e o VPLT College (Associação para Tecnologia de Mídia e Eventos).Uma série de conferências, seminários e workshops especializados também cobriram tópicos orientados para o futuro, como aplicações de IA, sistemas imersivos e luz como um material.

Esses temas também foram refletidos nas apresentações dos produtos nas salas de exposição. Além da rede de componentes técnicos baseada em IP, tem havido uma tendência para aplicações imersivas e tecnologias interativas que envolvem diretamente o público na experiência do produto. Soluções progressivas que combinam design compacto com alto desempenho também foram muito populares, também no setor de áudio profissional. A força inovadora do setor também ficou evidente no segmento LED, onde foram apresentadas uma série de inovações impressionantes. O tema central da sustentabilidade foi cada vez mais assumido na concepção de novas ferramentas. A utilização de materiais recicláveis, alta eficiência energética e facilidade de transporte foram aspectos importantes.

Os visitantes ficaram encantados com a oferta muito maior no Hall 11.0. Desde o Performance + Production Hub ampliado de 3.000 m^2 em colaboração com o Sample Music Festival até novas atrações como o Immersive Audio Dome ou o Audio Bar, o segmento ProAudio expandiu consideravelmente este ano e foi muito bem recebido pelo público. Como um dos principais pilares da Prolight+Sound, o setor de teatro e tecnologia de palco também apresentou novidades e demonstrações interessantes.

Por fim, as PLS Community Nights com DJs populares preencheram a lacuna entre o centro de exposições e a cidade. A Prolight+Sound foi convidada no 'Friedas Bar & Kitchen' do Omniturm, no 'NEUE KAISER' e no 'Champions Frankfurt'. A cereja do bolo: a entrega do "Opus – German Stage Award" e do "Sinus – Systems Integration Award", desta vez com tapete vermelho no Steigenberger Icon Frankfurter Hof.

Prolight+Sound 2025 acontecerá de 8 a 11 de abril. Além de novos produtos inovadores e de um programa de apoio atraente, a atenção também estará voltada para o 30º aniversário do evento. ■

*AUTOR: DANIEL NEVES, PRESIDENTE DA ANAFIMA (ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA MUSICAL). DANIEL.NEVES@ANAFIMA.COM.BR +5511 98375-1000

Arcos clássicos: O dilema da madeira de Pernambuco, um chamado à responsabilidade e à unidade global

Rodrigo Agostinho, presidente do IBAMA, deputada federal Fernanda Pessoa, Livia Martins, diretora do DBFLO, e Daniel Neves, presidente da ANAFIMA.

Como presidente da ANAFIMA (Associação Brasileira da Indústria Musical), me posiciono como um forte defensor da gestão sustentável dos nossos recursos naturais.

Hoje, abordo uma questão urgente que impacta não só o Brasil, mas repercute em toda a comunidade global: a grave situação que afeta a madeira de Pernambuco (nome científico: Caesalpinia echinata), símbolo do nosso patrimônio cultural que enfrenta importantes desafios ambientais.

A madeira de Pernambuco, muito procurada para a fabricação de arcos para instrumentos de corda, desempenha um papel crucial no campo da música erudita. Atualmente está listado no Apêndice II da Convenção sobre o Comércio Internacional de Espécies da Fauna e Flora Selvagens Ameaçadas de Extinção (CITES) para regular o seu comércio e garantir a sustentabilidade. Apesar desses esforços, a madeira de Pernambuco continua a ser vítima de atividades de contrabando ilegal, especialmente para a Europa e Ásia. Essa tendência alarmante, destacada por nossas pesquisas e diálogos com entidades como o IBAMA (Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis), que é o órgão federal responsável pela proteção ambiental e pelo uso sustentável dos recursos naturais do Brasil, e o Ministério do Meio Ambiente do Brasil, destaca a necessidade urgente de ação coletiva.

Além dos insights obtidos junto aos órgãos ambientais do Brasil, uma recente visita a uma feira na China me expôs a um cenário desanimador: dezenas de barracas vendendo descaradamente arcos e peças de madeira de Pernambuco. Testemunhar um desrespeito tão flagrante pelas restrições e regulamentações que nos esforçamos para fazer cumprir no Brasil é profundamente preocupante. A constatação de que a madeira brasileira está a ser contrabandeada para fora da China, para compradores europeus, agrava esta preocupação.

Embora a exploração ilegal da madeira de Pernambuco seja desenfreada, também notamos a contradição do próprio IBAMA, que poderia ser caracterizada como abuso de poder e irracionalidade. Ao impor um embargo ao plantio e colheita de mudas pernambucanas, o IBAMA paradoxalmente parece contradizer o seu próprio mandato de proteger e promover o bioma nativo. Essa medida, que exige a elaboração de estudo técnico como condição para o cultivo, não é uma exigência padrão que se aplica a outras espécies nativas. Na verdade, acções como a plantação de espécies endémicas são geralmente incentivadas como parte dos esforços de reflorestação e conservação. A necessidade deste estudo específico para Pernambuco/Pau-Brasil, ignorando a importância de incentivar a expansão controlada e sustentável da espécie, pode ser vista como uma barreira desnecessária que desestimula práticas ambientais benéficas. Este ato do IBAMA, embora possivelmente baseado em cautela, pode ser interpretado como um obstáculo que prejudica inadvertidamente o próprio ecossistema que pretende proteger.

Neste momento que falamos aqui, com todas as devidas proteções, o comércio ilícito de madeira de Pernambuco não só acelera o desmatamento, mas também mancha a reputação internacional do Brasil e compromete o patrimônio cultural da música clássica. Esta situação serve como um claro lembrete de que a batalha contra este problema não é responsabilidade exclusiva do governo e das organizações brasileiras, mas requer uma frente unida da comunidade global. Toda compra ilegal de madeira de Pernambuco alimenta indiretamente o desmatamento e atividades criminosas associadas.

Restrições extremas à madeira de Pernambuco

Nosso compromisso em enfrentar esse desafio é inabalável. O vasto e complexo cenário do Brasil exige uma abordagem colaborativa para mitigar significativamente o comércio ilegal. Se tais atividades persistirem, o Conselho de Administração da ANAFIMA está disposto a apoiar a listagem da madeira pernambucana no Apêndice I da CITES, uma medida que limitaria drasticamente o seu comércio global. Esta restrição potencial levanta preocupações críticas sobre o impacto sobre os músicos profissionais que dependem de

Pedaço de madeira de Pernambuco (Caesalpinia echinata) à venda em feira em 2023, destacando o atual comércio ilegal desse recurso crítico para o artesanato de instrumentos musicais

arcos de madeira de Pernambuco. Enfatiza a necessidade de uma estratégia equilibrada que proteja os nossos tesouros naturais sem comprometer a expressão cultural e artística.

A preservação da madeira de Pernambuco simboliza uma responsabilidade compartilhada que se estende além das fronteiras do Brasil, envolvendo a comunidade internacional. Alcançar a sustentabilidade da madeira de Pernambuco, garantindo ao mesmo tempo sua disponibilidade para a produção de instrumentos musicais, requer um esforço conjunto de governos, organizações conservacionistas, músicos e da indústria musical.

Concluindo, o dilema da madeira de Pernambuco é um claro apelo à responsabilidade e à solidariedade globais. Lembra-nos que conservar a biodiversidade do nosso planeta é uma obrigação colectiva que requer cooperação, compreensão e acção de todos os cantos do mundo. Vamos nos unir para garantir que as melodias produzidas pelas nossas cordas ressoem não com as reverberações da degradação ambiental, mas com a harmonia da gestão consciente. ■

*POR MAIKEL MARTIN BARROERO. GESTÃO DE EXPORTAÇÕES / VENDAS, MARKETING E NEGOCIAÇÕES ESTRATÉGICAS

A relevância dos estandes em feiras internacionais na era digital

Em um mundo cada vez mais digitalizado, onde o contato humano tornou-se menos frequente devido a avanços tecnológicos como softwares de prospecção e plataformas de reuniões virtuais, surge um questionamento pertinente: ainda vale a pena investir em estandes em feiras internacionais?

Neste artigo eu argumento que, apesar da revolução digital, a presença física em feiras internacionais continua sendo uma ferramenta valiosa para empresas que almejam expandir suas fronteiras comerciais.

Ponto de encontro global

Feiras internacionais oferecem um ambiente único que vai além de simples transações comerciais. Elas funcionam como um centro de convergência global onde pessoas de diversos países e culturas se encontram. Essa interação presencial pro-

porciona a oportunidade de estabelecer conexões profundas e duradouras. Em um mundo cada vez mais virtual, a possibilidade de um aperto de mão, olhar nos olhos e demonstrar fisicamente seus produtos ou serviços, têm um valor inestimável.

Experiência sensorial

Os softwares de prospecção e reuniões virtuais, embora eficientes, são limitados em termos de experiência sensorial. Um estande em uma feira internacional permite que os clientes vivenciem os produtos de forma concreta: eles podem tocá-los, sentir sua textura, peso, funcionamento e até mesmo cheirá-los, se aplicável. Esses aspectos sensoriais podem ser determinantes na decisão de compra de um cliente. A experiência imersiva oferecida por um estande bem projetado e interativo não pode ser replicada digitalmente com a mesma eficácia.

Construção de marca

Dados os investimentos geralmente substanciais em estandes em feiras internacionais, muitas empresas podem questionar seu retorno sobre o investimento (ROI). No entanto, além das vendas e leads gerados, há um aspecto muitas vezes subestimado: a construção de marca. Participar de um evento desse calibre transmite força, confiabilidade e estabilidade. É uma declaração de presença no mercado global que fortalece a imagem da marca entre consumidores, parceiros e concorrentes.

Feedback imediato

Um dos benefícios inestimáveis da participação presencial em feiras é o feedback imediato dos visitantes. Este contato direto com o mercado oferece insights valiosos sobre as percepções da marca, produtos e serviços. Além disso, possibilita o ajuste de estratégias em tempo real, uma vantagem competitiva que a interação digital dificilmente consegue igualar.

Apesar do avanço e da conveniência dos softwares de prospecção e reuniões virtuais, investir em estandes em feiras internacionais permanece uma estratégia valiosa. A oportunidade de interação humana, a experiência sensorial, a construção da marca e o feedback imediato são aspectos que os meios digitais ainda não conseguem substituir completamente. Por isso, para empresas que buscam não apenas sobreviver, mas prosperar no cenário global, a presença em feiras internacionais continua sendo uma ferramenta poderosa e indispensável. ■

FEIRA DA MÚSICA E CONGRESSO

CONECTA+

MERCADO

GARANTA JÁ O SEU INGRESSO

O MAIOR EVENTO DE EXPERIÊNCIA PARA QUEM FAZ E VIVE DA MÚSICA

EQUIPAMENTOS (ÁUDIO, LED, LUZ E INSTRUMENTOS MUSICAIS), GRAVADORAS, AGÊNCIAS E EMPRESÁRIOS ARTÍSTICOS, MARKETING MUSICAL E MUITO MAIS!

TRANSAMÉRICA EXPO CENTER

AV. DR. MÁRIO VILAS BOAS RODRIGUES, 387 - SANTO AMARO – SÃO PAULO, SP, BRASIL

29,30,31 e 1º

AGOSTO SETEMBRO

QUINTA-FEIRA A DOMINGO

WWW.CONECTAMUSICA.COM.BR

REALIZAÇÃO MUSICA&MERCADO APOIO anafima

*POR EDGARD RIBEIRO. PROFISSIONAL DE MARKETING COM MAIS DE 18 ANOS DE EXPERIÊNCIA E ALGUNS CABELOS BRANCOS DESENVOLVENDO SOLUÇÕES EM COMUNICAÇÃO E MARKETING

Como o atendimento pode redefinir o varejo

Diferencie-se: atendimento de excelência eleva sua marca no varejo

Em um mercado altamente competitivo, onde as ofertas muitas vezes se assemelham, a guerra por centavos de real emerge e para que a sua loja se destaque em meio a esse mundo dos ".99", dos marketplaces asiáticos e latinos é primordial se diferenciar.

Mas ao falar sobre diferenciação você rapidamente pode ter pensado em algumas das tendências do mundo moderno que giram em torno da tecnologia. "Para se diferenciar é preciso incorporar novas tecnologias como inteligência artificial generativa e assim estar então na vanguarda do varejo". Na verdade eu quero abordar algo mais simples do que você imagina.

Philip Kotler, a maior autoridade em marketing no mundo, disse certa vez que "conquistar um novo cliente custa entre cinco e sete vezes mais do que manter um atual". O atendimento no varejo ainda se ergue como o maior diferencial entre as empresas. O atendimento é uma ponte que conecta a marca à emoção, ao coração do consumidor. Quando realizado com maestria, ele transcende a transação comercial, criando uma experiência memorável que ressoa muito além do momento da compra.

E isso tem base científica. A neurocientista Gabrielle Girardeau, do Instituto Francês de Pesquisas Médicas (Inserm), diz: "toda memória é um pouco emocional, porque guardaremos a longo prazo aquilo que gerou emoções, sejam positivas ou negativas".

É por isso que você certamente lembra-se do garçom que lhe atendeu pelo nome e trouxe exatamente as carnes de sua preferência naquela churrascaria de domingo como também não esquece daquela empresa do combo de internet, TV e celular que demorou uma eternidade para conseguir cancelar seu plano.

Sam Walton, fundador do Walmart e Sam' Club citou: "Eu sou o homem que vai a uma loja e espera calado, enquanto os vendedores terminam suas conversas particulares. Você deve estar pensando que sou uma pessoa quieta, paciente, do tipo que nunca cria problemas. Engana-se. Sabe quem eu sou?

Eu sou o cliente que nunca mais volta!

O velho bordão "o cliente sempre tem razão" hoje se une às novas expressões no varejo como customer-centric (o consumidor no centro das decisões); customer experience (CX, a "experiência de compra do consumidor") humanização e atendimento humanizado para constatar que a relação comercial de sucesso se resume em uma relação de sucesso humana.

Uma empresa que se destaca no atendimento não apenas resolve problemas; ela antecipa necessidades e supera expectativas. A empatia torna-se uma ferramenta poderosa, transformando uma simples transação em um relacionamento duradouro. Quando os consumidores se sentem valorizados, ouvidos e compreendidos, a empresa se torna mais do que um fornecedor de bens – ela se torna uma aliada na jornada do cliente.

O atendimento excepcional não é apenas uma cortesia; é uma estratégia de marca vital para posicionamento e o sucesso sustentável da sua loja. Um grande exemplo é como a Nubank utiliza seus "WOWs" ou atendimentos especiais com mimos, cartas e experiências únicas.

Um dos primeiros WOW ocorreu em 2015 após uma história marcante na interação com uma cliente: ela teve seu cartão comido por sua cachorra de estimação e na época, o responsável pelo atendimento tomou a iniciativa de mobilizar a equipe para comprar um osso e enviar junto com um novo cartão ao cliente. Outros WOWs do Nubank já se tornaram famosos na internet como a sanduicheira roxa para o cliente que teve problemas ao comprar um sanduíche de madrugada, ou outro cliente avisa que vai viajar e pede para que o cartão esteja válido no exterior, eles enviaram até dicas de viagem.

Falando sobre viagens, outro exemplo de atendimento excepcional fica com os parques da Disney. Antes de falar sobre todos os exemplos de encantamento ao cliente, storytelling de cada atração, arrumação impecável e agilidade ao atender e resolver problemas eu quero aqui utilizar outra perspectiva: você já reparou que ao ir para os parques da Disney você passa horas e horas nas filas dos brinquedos? Ao comprar os presentes nas gifts shops os preços não são tão acessíveis? Reparou que ir e voltar dos parques pode ser um trajeto bem longo (a não ser que você fique nos hotéis de dentro do parque)? Mas se existe tanto inconveniente assim, porque as pessoas voltam de lá com uma excelente impressão do parque? A resposta é: atendimento mais do que excepcional.

Cada experiência no parque é feita para encantar seu cliente, desde transformar o que deveria ser uma simples fila em um game interativo, até as lojas com os Magical Moments onde funcionários pode simplesmente fazer agrados como um cupcake surpresa ao descobrir que é seu aniversário, fazer um upgrade no seu quarto de hotel, enfim, pode ser literalmente qualquer coisa que aquele membro da equipe da Disney

julgue ser mágico fazer naquele momento para fazer você sentir a magia Disney.

A importância do atendimento no varejo transcende as fronteiras do balcão de vendas. Ela se estende para as redes sociais, para os reviews online, para os momentos de pós-venda. Cada interação é uma oportunidade para construir uma reputação positiva e, inversamente, uma chance de comprometê-la.

O atendimento, não é uma tarefa isolada, mas uma cultura que permeia todos os níveis da organização. Quanto mais enraizada, mais cobrada, mais incentivada, mais celebrada junto a todos os presentes, mais esta ação ocorrerá. Sejam vendedores, caixas, estoquistas, seguranças, etc, esse atendimento excepcional precisa ser incessantemente praticada pelos líderes, pois algo somente se torna cultura com o exemplo de cima! O atendimento, portanto, não é uma tarefa isolada, mas uma cultura que permeia todos os níveis da organização.

Se bem aplicado à cultura do seu negócio, defendido e incentivado, o atendimento trará benefícios sobre a imagem, posicionamento e vendas como trouxe a Nubank, Disney, Reserva, Barbearia Corleone ou mesmo aquela sua churrascaria de domingo. ■

SHURE

Nexadyne

Nova série de microfones dinâmicos com a tecnologia de transdutor duplo Revonic da empresa que reduz o tempo e o esforço exigidos de engenheiros de som para fazer com que os vocais ao vivo se destaquem na mixagem. Os microfones vocais dinâmicos com saída XLR e as cápsulas da linha já estão disponíveis nos padrões polares cardioide (NXN8/C) e supercardioide (NXN8/S). Notícia completa na nossa próxima edição!

CONTATO: lojashure.com.br • (11) 2189-0385

MGA PRO AUDIO

Kit US-44A

Com produtos de alta qualidade e baixo custo, o Kit US-44A distribui energia para quatro receptores e, além de reduzir a interferência, ele foi desenvolvido para as linhas de entrada, atendendo os microfones analógicos. É compatível com qualquer marca e modelo de receptor analógico. O que ele traz? 8 cabos BNC/BNC de 45cm. 2 cabos duplos com 3 conectores P4 cada. 2 laterais para fixação no rack. 1 peça para unir dois distribuidores. 1 Font de alimentação externa de 5000mA. 1 distribuidor US-44A. 2 antenas direcionais A-5. 2 cabos de 3m RF 5030CN.

CONTATO: mgaproaudio.com.br • (11) 2972-0172

STRINBERG

SGS210T

Nova guitarra Telecaster Thinline com dois humbuckers e escala em Pau Ferro 25,5". Duas cores disponíveis: SGS210T Vintage Sunburst & Natural. Algumas características: Corpo em Alder. Tampo Flamed Maple Veneer. Acabamento brilhante. Braço em Roasted Maple. Construção Bolt-On Neck (Junção Parafusada). Marcações Dots. Tensor bilateral. Nut (Capo Traste): 42,5mm. 22 trastes. 6 cordas .010 / .046. Ponte fixa 6 saddles. Captador na ponte e no braço Humbucker passivo. Tarraxas blindadas cromadas. Escudo visual em madrepérola. Controles: Potenciômetro de Volume (1), Potenciômetro de Tonalidade (1) e Chave Seletora de 3 Posições-Chave Seletora de 3 posições. Acompanha bag.

CONTATO: sonotec.com.br • (18) 3941-2022

GÊNESIS

Lançamento
linha de violões Benson.

descubra o seu próximo violão.

A série Gênesis marca o renascimento da Benson no segmento de cordas. São onze violões elétricos que seguem um padrão de construção de alto valor agregado para instrumentos que atendem do iniciante ao profissional.

GDM100CE NS

benson

DISTRIBUIDOR AUTORIZADO
ProShows

/benson_instrumentos
/proshows.oficial

(51) 3034.8100

proshows.com.br
proshows@proshows.com.br

PRODUTOS

HOHNER

Golden Melody Progressive

Harmônica Hohner diatônica da série Golden Melody passou por um redesign radical. Criada com visual retro dos anos 1950 e com projeção de som suave, é usada em uma variedade de estilos musicais. Corpo feito em ABS vermelho e extremidades curvas permitem um toque confortável. Placa de vozes em bronze, palhetas em latão e tampas de cobertura em aço inoxidável são algumas das suas características.

CONTATO: proshows.com.br • (51) 3034-8100

ERNIE BALL

Flex Cable (verde)

Cabos profissionais com características que auxiliarão todo tipo de músico, seja profissional ou iniciante. Cabos com blindagem 95% antirruído e medida 24AWG, além de contar com uma variedade de cores para combinar com seu estilo. Com opções de tamanhos de 3 e 6 metros, você tem a flexibilidade necessária para tocar onde quer que esteja, seja no palco ou no estúdio.

CONTATO: izzomusical.com.br • (11) 3797-0111

SOUNDVOICE

MD-12

Você sabia que a MD-12 Aurea foi uma das primeiras mesas de som digitais da Soundvoice?

Lançada em 2023 como resultado da incessante busca por inovação da empresa, a mesa traz 12 canais de entrada + 6 canais auxiliares + 1 canal principal estéreo + 1 canal de monitor estéreo. 8 saídas XLR, interface digital Digiatalk com conexão para Optical e para áudio USB (saída ou entrada), USB Play, USB Rec. Interface Bluetooth, 2 interfaces (8 interfaces Nidas Pro XLR/TRS-Microfone/Linha) e uma série de funcionalidades avançadas.

CONTATO: gbmusical.com.br • (38) 3222-3002

SPARFLEX

Cabo RCA Nitro Super

Cabos para áudio montados com cabo SPRCA030, condutor em cobre OFHC (cobre livre de oxigênio), na seção 0,30mm², isolado em polietileno expandido à nitrogênio. Dupla blindagem. Cobertura em PVC e plugues RCA Sparflex.

CONTATO: sparflex.com.br • (11) 2535-8900

Strinberg

NEXT

METALLIC BLUE

SHN6 MBL

SHN6 MWR

METALLIC WINE RED

METALLIC GOLD

SHN6 MGD

Próximo Nível em Guitarra Elétrica!

Sonotec MUSIC & SOUND | MUSIMAX INTERNATIONAL

www.sonotec.com.br /sonotecbrasil

Shure: fornecendo qualidade de áudio há

98 ANOS

A Shure é uma das empresas líderes em áudio no mundo, conhecida por seus microfones e fones de ouvido de alta qualidade.

Em 2023, a empresa completa 98 anos de existência, quase um século de ***inovação e excelência em áudio.***

A marca mais ***icônica, confiável*** *e* ***respeitada*** *do mundo.*

SHURE

Distribuidor autorizado

ProShows